

2015•2016
FACULTEIT BEDRIJFSECONOMISCHE WETENSCHAPPEN
master in de toegepaste economische wetenschappen

Masterproef

De invloed van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit

Promotor :
Prof. dr. Tensie STEIJVERS

Copromotor :
De heer Maarten CORTEN

Anne Vandael

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen

2015•2016
FACULTEIT BEDRIJFSECONOMISCHE
WETENSCHAPPEN
master in de toegepaste economische wetenschappen

Masterproef

De invloed van de perceptie van de CEO over auditing op
de auditkwaliteit

Promotor :
Prof. dr. Tensie STEIJVERS

Copromotor :
De heer Maarten CORTEN

Anne Vandael

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen

Woord vooraf

Deze masterproef vormt het slot van mijn masteropleiding Toegepaste Economische Wetenschappen – Accountancy en Financiering, met de optie Accounting, aan de Universiteit Hasselt. Het schrijven van deze masterproef was een uitdagende en leerrijke ervaring en zou niet mogelijk zijn geweest zonder de hulp van enkele personen die ik langs deze weg zou willen bedanken.

Eerst en vooral wil ik mijn promotor, prof. dr. Tensie Steijvers, en mijn co-promotor, dhr. Maarten Corten, bedanken voor het nalezen en de nodige hulp bij het schrijven van deze masterproef. Hun advies en kritische opmerkingen hebben mijn masterproef naar een hoger niveau getild. Een speciaal dankwoord gaat uit naar dhr. Maarten Corten, die de enquête die gebruikt werd in deze masterproef reeds afgenomen had.

Daarnaast wil ik graag mijn ouders, broer en vrienden bedanken voor de hulp, steun en het luisterend oor tijdens het schrijven van deze masterproef, en bij uitbreiding, bij het voltooien van mijn opleiding. Zonder hen had ik mijn opleiding nooit met succes kunnen afsluiten.

Anne Vandael

Samenvatting

Door de jaren heen is steeds meer gebleken hoe belangrijk de onafhankelijkheid van de auditor is. Schandalen zoals die van Enron en Lernout en Hauspie hebben heel wat mensen getroffen en hebben internationaal heel wat wettelijk hervormingen teweeg gebracht. Ook in de wetenschappelijke literatuur werd veel aandacht besteed aan de onafhankelijkheid van de auditor. Deze onafhankelijkheid werd dan vaak in verband gebracht met auditkwaliteit. Er is echter nog maar weinig onderzoek gevoerd naar de invloed van de CEO op de auditor en daarmee de auditkwaliteit. Toch zijn er aanwijzingen dat de CEO een belangrijke invloed kan hebben op het aanstellen en ontslaan van auditors. Bovendien kon er bewijs gevonden worden dat een CEO een auditor kan aansporen om een goedkeurend verslag te geven ondanks continuïteitsproblemen. Bijgevolg lijkt het ook mogelijk dat de perceptie van de CEO over auditing een invloed heeft op de auditkwaliteit. Dit zal dan ook in deze masterproef onderzocht worden aan de hand van volgende onderzoeksvraag:

"In welke mate heeft de perceptie van de CEO over auditing een invloed op de auditkwaliteit en is dit verband hetzelfde voor elke auditor?"

Nadat in **hoofdstuk 1** voorgaande probleemstelling wordt toegelicht, zal in **hoofdstuk 2** een overzicht geschetst worden van de externe audit. De definiëring van een externe audit, met inbegrip van het doel en het proces van een audit, komt aan bod, net als het concept auditkwaliteit. Ook het wettelijk kader van de externe audit wordt besproken. Ten slotte wordt de externe audit theoretisch omkaderd door middel van de agency theory, waaruit de redenen vloeien waarom de onafhankelijkheid van de auditor zo belangrijk is. Uit de agency theory blijkt dat managers mogelijk eerder in hun eigen belang zullen werken dan in het belang van de eigenaars of schuldeisers. Deze laatsten zullen managers daarom controleren via financiële staten. Deze financiële staten worden echter opgemaakt door de managers en zijn dus vatbaar voor manipulatie. Ook andere controle mogelijkheden brengen nadelen met zich mee. Enkel een onafhankelijke externe auditor kan hier een oplossing bieden omdat hij de financiële staten controleert op een getrouw beeld en zo de eigenaars of schuldeisers toelaat om de managers beter te controleren. Hij kan ook de nadelen van andere oplossingen (gedeeltelijk) wegnemen. Zonder de onafhankelijkheid zou de auditor manipulaties door de vingers kunnen zien, waardoor de controle van het management niet het gewenste resultaat zou kunnen geven.

In **hoofdstuk 3** wordt dieper ingegaan op de perceptie van de CEO over auditing. Er wordt een omschrijving gegeven voor gepercipieerde waarde en de perceptie van de CEO over auditing wordt ingedeeld in vier dimensies: een functionele, sociale, emotionele en prijsdimensie. Deze percepties worden in verband gebracht met auditkwaliteit: een goede perceptie voor elk van deze dimensies zou voor meer medewerking van de CEO kunnen zorgen, terwijl een slechte perceptie zou kunnen zorgen voor het tegenwerken van de auditor. Bovendien is het mogelijk dat de auditor verkiest niet aan te dringen bij de CEO om zo ontslag te vermijden. Extra medewerking zou meer informatie kunnen betekenen en dus mogelijk een hogere auditkwaliteit, terwijl het tegenwerken van de auditor

zou kunnen zorgen voor minder informatie en dus een lagere auditkwaliteit. Er wordt bijgevolg voor elke dimensie een positieve relatie met auditkwaliteit vooropgesteld.

In **hoofdstuk 4** worden twee mogelijke moderatoren van de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit onder de loep genomen: grootte van het auditbedrijf en industriespecialisatie. Een groot auditbedrijf zal doorgaans minder snel toegeven omdat het een reputatie te verdedigen heeft en ontslag hem niet zo hard treft. Hij heeft immers een groot klantenbestand. Ook wordt doorgaans aangenomen dat een groot bedrijf meer resources en expertise heeft, waardoor het een hogere auditkwaliteit met zich meebrengt. Er wordt dan ook vooropgesteld dat een grote auditor synergie kan creëren naarmate de perceptie van de CEO beter wordt en dat een grote auditor zal blijven aandringen om meer informatie naarmate de perceptie van de CEO slechter wordt. Dit zou leiden tot een versterkend modererend effect op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit.

Voor industriespecialisatie wordt doorgaans aangenomen dat een industriespecialist een hogere kwaliteit kan afleveren omdat ze meer kennis en ervaring opgedaan hebben binnen de sector en hun methodes beter aangepast zijn aan de sector. Daarnaast speelt ook hier het reputatie-element, zoals dat bestaat bij een groter auditbedrijf, mee. Hier kan dus dezelfde redenering worden opgesteld als bij de grootte van het auditbedrijf. Ook hier wordt dus, net als bij een groter auditbedrijf, aangenomen dat een industriespecialist een versterkend modererend effect heeft op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit.

In **hoofdstuk 5** worden de verschillende maatstaven van auditkwaliteit besproken. In de academische literatuur zijn al heel wat maatstaven ontwikkeld, waarbij iedere maatstaf zijn voor- en nadelen heeft. Voorbeelden van deze maatstaven zijn aanklachten jegens de auditor, sancties van overheidswege en de geauditeerde financiële staten. In dit onderzoek zal er gebruik gemaakt worden van onverwachte of discretionaire accruals om auditkwaliteit te meten. Dit is het deel van het verschil tussen de operationele cashflow en de winst dat niet verwacht kan worden, in tegenstelling tot bijvoorbeeld niet-kaskosten zoals afschrijvingen die wel verwacht kunnen worden. Deze discretionaire accruals zullen berekend worden aan de hand van het cross-sectionele Modified Jones Model van Dechow, Sloan en Sweeney (1995).

Om een duidelijk overzicht te geven van de onderzoeksopzet wordt in **hoofdstuk 6** de onderzoeksmethodologie besproken. Hier komen de dataverzameling en de verschillende soorten variabelen aan bod die gebruikt werden in het empirisch deel van deze masterproef. Dit empirisch deel wordt besproken in **hoofdstuk 7**. Dit hoofdstuk gaat van start met het bespreken van de beschrijvende statistieken, waarbij ook de ontbrekende en uitzonderlijke waarden verwijderd worden en er getest wordt op multicollineariteit. In het tweede deel van het hoofdstuk worden de opgestelde hypotheses getoetst aan de hand van een regressieanalyse. De resultaten van deze regressieanalyse zullen eveneens in het tweede deel worden besproken, net als de bijkomende analyses. Uit de resultaten blijkt dat de sociale perceptie van de CEO over auditing positief gerelateerd is aan auditkwaliteit. Ook de prijsperceptie vertoonde zulk verband, maar enkel voor de winstverhogende

discretionaire accruals. Er werd geen verband gevonden tussen de functionele en emotionele perceptie van de CEO en auditkwaliteit.

Wat betreft de moderatoren, kon voor industriespecialisatie geen modererend effect worden aangetoond. Voor de grootte van het auditbedrijf kon wel een modererend effect worden aangetoond, maar niet een zoals in de hypothesen werd vooropgesteld. Door het invoeren van deze moderator vertoonde de functionele perceptie een significante negatieve relatie met auditkwaliteit. Deze negatieve relatie werd dan verzwakt door het aanstellen van een groot auditbedrijf. Ook de onderzoeksresultaten met betrekking tot de relatie tussen de grootte van het auditbedrijf en auditkwaliteit weken af van de veronderstellingen. Uit de resultaten bleek zo dat een groot auditbedrijf meer accruals en dus een minder goede auditkwaliteit met zich meebracht.

Deze masterproef wordt afgesloten met een conclusie van het onderzoek, waarna de belangrijkste beperkingen van het onderzoek worden aangehaald. Ook wordt de bijdrage van dit onderzoek geïdentificeerd en worden enkele aanbevelingen voor verder onderzoek gemaakt. Gezien de interessante onderzoeksresultaten die voortkomen uit de regressieanalyse is verder onderzoek zeker aangeraden.

Inhoudsopgave

Woord vooraf	I
Samenvatting	III
Inhoudsopgave	VII
Lijst met tabellen	IX
Hoofdstuk 1 Probleemsituering	1
1.1 Probleemstelling	1
1.2 Onderzoeksvragen	4
1.2.1 Centrale onderzoeksvraag	4
1.2.2 Deelvragen	5
Hoofdstuk 2 Externe audit.....	9
2.1 Externe audit: definiëring	9
2.2 Auditkwaliteit: definiëring	11
2.3 Wettelijk kader rond auditing	12
2.4 Theoretische kadering van de externe audit: agency theory	13
2.4.1 Agencykosten van aandeelhouders	13
2.4.2 Agencykosten van schuldeisers	15
2.4.3 Hoe agencykosten verminderen?	16
2.5 Belang onafhankelijkheid auditor	18
2.6 Conclusie.....	19
Hoofdstuk 3 Perceptie van de CEO over auditing.....	21
3.1 Gepercipieerde waarde.....	22
3.2 Gepercipieerde waarde in dimensies.....	23
3.2.1 Functionele dimensie	23
3.2.2 Sociale dimensie	25
3.2.3 Emotionele dimensie.....	26
3.2.4 Prijsdimensie	28
3.3 Conclusie.....	30
Hoofdstuk 4 De invloed van de grootte van het auditbedrijf en industriespecialisatie op auditkwaliteit	31
4.1 Grootte van het auditbedrijf	31
4.2 Industriespecialisatie.....	34
4.3 Conclusie.....	36
Hoofdstuk 5 Maatstaven van auditkwaliteit	39
5.1 Ongunstige gevolgen van een auditfaling.....	39
5.2 Geauditeerde financiële staten	40
5.2.1 Earnings Response Coefficient.....	41
5.2.2 Earnings management	41
5.3 Conclusie.....	43
Hoofdstuk 6 Onderzoeksmethodologie.....	45
6.1 Dataverzameling	45
6.1.1 Bel-First	45

6.1.2	Vragenlijst.....	46
6.1.3	Balanscentrale	47
6.2	Variabelen	47
6.2.1	Afhankelijke variabele.....	47
6.2.2	Onafhankelijke variabelen	50
6.2.3	Modererende variabelen	54
6.2.4	Controlevariabelen	54
Hoofdstuk 7	Empirisch onderzoek	57
7.1	Beschrijvende statistiek.....	57
7.1.1	Ontbrekende waarden.....	57
7.1.2	Uitzonderlijke waarden.....	57
7.1.3	Multicollineariteit.....	58
7.1.4	Beschrijvende analyse.....	60
7.2	Regressieanalyse	62
7.2.1	Invloed van perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit	62
7.2.2	Invloed van grootte van het auditbedrijf op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit.....	64
7.2.3	Invloed van industriespecialisatie op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit.....	66
7.2.4	Bijkomende analyses	67
Hoofdstuk 8	Conclusie	71
8.1	Conclusies	71
8.2	Beperkingen van het onderzoek.....	73
8.3	Bijdragen van het onderzoek.....	74
8.4	Aanbevelingen voor verder onderzoek	74
Lijst van geraadpleegde werken	77
Bijlagen	85
Bijlage 1:	Vragenlijst.....	85
Bijlage 2:	Lijst met secties en sectoren	86
Bijlage 3:	Overzicht industriespecialisten per sector	92

Lijst met tabellen

Tabel 1: KMO en Bartlett's Test.....	51
Tabel 2: Factoranalyse - Totaal verklaarde variantie	52
Tabel 3: Resultaten factoranalyse.....	53
Tabel 4: Correlatiematrix	59
Tabel 5: Beschrijvende statistieken	60
Tabel 6: Statistieken m.b.t. vragenlijst perceptie over de CEO over auditing	61
Tabel 7: Beschrijvende statistieken voor dummyvariabelen	61
Tabel 8: Regressieresultaten m.b.t. hypothese 1 t.e.m. 4.....	63
Tabel 9: Regressieresultaten m.b.t. hypothese 5 t.e.m. 8.....	65
Tabel 10: Regressieresultaten m.b.t. hypothesen 9 t.e.m. 12.....	67

Hoofdstuk 1 Probleemsituering

1.1 Probleemstelling

Door de boekhoudkundige en financiële schandalen die zich de laatste decennia voordeden, werd het pijnlijk duidelijk hoe cruciaal de onafhankelijkheid van de externe auditor is. Het faillissement van Enron, een Amerikaans energiebedrijf, is hier een belangrijk voorbeeld van (Benston, 2006). Enron verdoezelde onder andere heel wat verliezen van projecten onder de ogen van het voormalig Big 5 bedrijf Arthur Anderson, dat later failliet ging omwille van dit schandaal. Ook liet Arthur Anderson Enron financiële opbrengsten als bedrijfsopbrengsten rapporteren, wat voor een zeer vertekend beeld van de financiële situatie van Enron zorgde. Arthur Anderson had eigenlijk moeten ingrijpen, maar had er zelf belang bij om Enron als klant gelukkig te houden vanwege de hoge beloningen die het van Enron kreeg. Het faillissement van Enron leidde tot heel wat slachtoffers, met in het bijzonder de werknemers van het energiebedrijf: zij verloren naast hun job ook hun pensioen (Oppel, 2001).

In België kende men een soortgelijk schandaal. Lernout en Hauspie, een West-Vlaams bedrijf dat zich specialiseerde in spraaktechnologie, ging ook failliet na financiële wanpraktijken (De Standaard, 2011). De rechtbank twijfelde ook hier over de onafhankelijkheid van de auditor, aangezien hij later CEO werd van een andere onderneming van Lernout en Hauspie (Carreyrou, 2000). Dit schandaal bleef niet zonder gevolgen: vele investeerders, waaronder heel wat West-Vlamingen en de Vlaamse Regering, hadden zich gebaseerd op foutieve financiële verslagen van dit bedrijf en verloren hun geld (De Standaard, 2011).

Sinds deze schandalen werd er gevraagd naar hervormingen op het gebied van externe auditing en corporate governance en dan vooral naar veranderingen omtrent de verantwoordelijkheden van en de controle op het management (Cohen, Krishnamoorthy, & Wright, 2010). Daarom werd in 2002 de Sarbanes-Oxley Act in het leven geroepen (Cohen et al., 2010; Tepalagul & Lin, 2015). Deze Amerikaanse wet omvat onder meer een volledig hoofdstuk over de onafhankelijkheid van de auditor, waarbij het activiteiten beschrijft die voor de auditor verboden zijn. Dit hoofdstuk omvat onder andere een verbod op niet-auditdiensten en een verplichte auditrotatie voor publieke bedrijven in de Verenigde Staten (Sarbanes-Oxley Act, 2002).

Ook in Europa tracht men de auditkwaliteit te verbeteren (FOD Economie, K.M.O., Middenstand en Energie, z.d.). Zo werd er in 2014 een nieuwe verordening (nr. 537/2014) en nieuwe richtlijn (2014/53/EU) ingevoerd met als één van de doelstellingen het versterken van de onafhankelijkheid van de auditor. Deze richtlijn moet door de lidstaten worden omgezet in nationale wetgeving tegen 17 juni 2016.

Het belang van de onafhankelijkheid van de auditor kan verder uitgelegd worden aan de hand van de agency theory. De agency theory handelt over relaties waarbij de agent de bevoegdheid krijgt om beslissingen te nemen voor en in het belang van de principaal (Jensen & Meckling, 1976). De meest klassieke toepassing van de agency theory doet zich voor wanneer de manager de rol vervult van de agent en de aandeelhouders of eigenaars de principalen zijn. Deze theorie veronderstelt dat

de manager de neiging heeft om zijn eigen belang na te streven in plaats van de belangen van de aandeelhouders (Colbert & Jahera, 1988). Dit resulteert in agencykosten, die door Jensen en Meckling (1976) worden opgedeeld in de som van de uitgaven van de principaal om de agent te monitoren, de uitgaven van de agent om zijn geloofwaardigheid te staven en het overige verlies door dit conflict.

Een agency probleem stelt zich ook wanneer de schuldeisers als principaal worden gezien, terwijl de agent nog steeds de manager is (Goergen, 2012). De schuldeisers verwachten hun geld, dat door hen is uitgeleend voor projecten met een gekend risico, terug. De managers hebben echter de neiging om meer risico te nemen omdat ze bij het falen van zulke risicovolle initiatieven niet helemaal zelf moeten opdraaien voor de kosten, maar vooral de schuldeisers hiervoor de rekening betalen. Bij het succesvol afronden van deze initiatieven zijn zij echter wel voornamelijk diegenen die met de extra voordelen gaan lopen. Ook hier zouden de managers dus hun eigenbelang vooropstellen met negatieve gevolgen voor de schuldeisers.

Voor de aandeelhouders en schuldeisers is het erg moeilijk om de managers zelf te controleren en zo zelf deze agencyconflicten proberen op te lossen. Binnen het bedrijf heerst er immers informatieasymmetrie tussen de principaal en de agent: de manager heeft zo meer informatie over de werking van het bedrijf en het bedrijf zelf dan de aandeelhouder en de schuldeiser (Dries, Van Brussel, & Willekens, 2011). Zij gebruiken daarom vaak de financiële staten van de onderneming om zo de manager te kunnen controleren. Deze financiële staten worden echter opgesteld door het management zelf waardoor deze informatieasymmetrie maar in zeer beperkte mate gereduceerd wordt. Dit maakt het immers mogelijk voor de manager om de informatie die hij doorspeelt naar de aandeelhouder of schuldeiser te beïnvloeden.

Een manier waarop men dit probleem zoveel mogelijk probeert te voorkomen, is het aanstellen van een externe auditor (Jensen & Meckling, 1976). Een auditor is hierbij een neutrale derde partij die bedrijven kunnen inhuren en die de jaarlijkse financiële staten nakijkt om te verzekeren dat ze opgesteld zijn volgens de Generally Accepted Accounting Principles (GAAP) en om te verifiëren dat de informatie betrouwbaar is (Berk & DeMarzo, 2014, p. 1047). Hierdoor zal de financiële rapportering een betrouwbaarder beeld scheppen over de echte financiële situatie van het bedrijf in kwestie. De auditor geeft de aandeelhouders en schuldeisers dus de mogelijkheid om het management beter te controleren en zo de totale agencykosten te laten dalen.

Aan voorgaande gedachtegang is echter één voorwaarde verbonden: de auditor moet onafhankelijk zijn (Cohen et al., 2010; Watts & Zimmerman, 1983). De onafhankelijkheid van de auditor is van het grootste belang, aangezien deze een invloed heeft op de auditkwaliteit (Tepalagul & Lin, 2015). Auditkwaliteit wordt door DeAngelo (1981, p. 186) gedefinieerd als "the market-assessed joint probability that a given auditor will both (a) discover a breach in the client's accounting system, and (b) report the breach."

De auditkwaliteit is dus afhankelijk van de kans dat de auditor een fout ontdekt, wat afhankelijk is van de vaardigheden, kennis en ervaring van de auditor, en de kans dat de auditor deze fout

vervolgens rapporteert. De rapportering van die fout hangt af van de onafhankelijkheid van de auditor. Als auditors dus niet onafhankelijk blijven, zullen ze minder snel onregelmatigheden rapporteren, wat ervoor zal zorgen dat de auditkwaliteit daalt. De financiële rapportering naar de buitenwereld toe zal bijgevolg mogelijk fouten bevatten, wat kan leiden tot de schandalen en bijbehorende gevolgen die eerder besproken werden.

Om deze schandalen in de toekomst te vermijden, is het belangrijk dat de regering wetten opstelt omtrent de onafhankelijkheid van de auditor. Wetenschappelijk onderzoek kan hierbij hulp bieden door meer inzicht te verschaffen in deze problematiek.

In de wetenschappelijke literatuur is er al heel wat onderzoek gevoerd over de combinatie van de onafhankelijkheid van de auditor en de auditkwaliteit (Tepalagul & Lin, 2015). Zo stellen Tepalagul en Lin (2015) vast dat er vier grote bedreigingen voor de onafhankelijkheid van de auditor zijn: het belang van de klant voor de auditor, niet-auditdiensten, de lengte van het mandaat van de auditor en de relatie tussen de klant en de auditor. Ondanks de vele studies zijn de onderzoeksresultaten verdeeld: de meerderheid van de onderzoeken vond geen bewijs voor een probleem met de onafhankelijkheid van de auditor, terwijl andere onderzoeken wel zwak bewijs vinden voor de invloed van voorgaande elementen op de onafhankelijkheid van de auditor. Om hier uitsluitel over te geven, wordt er aangeraden om aan dit topic verder onderzoek te wijden.

Ook naar auditkwaliteit zelf is al veel onderzoek gevoerd (Aghaei Chadegani, 2011; Francis, 2004, 2011; Knechel, Krishnan, Pevzner, Shefchik, & Velury, 2013; Watkins, Hillison, & Morecroft, 2004). Zo wordt algemeen aangenomen dat grote of Big 4 auditbedrijven en bedrijven die zich specialiseren in een bepaalde sector een betere auditkwaliteit kunnen aanbieden ten opzichte van kleine bedrijven of bedrijven die zich niet specialiseren (Francis, 2004; Knechel et al., 2013). Ook werd er bewijs gevonden voor een stijging van de auditkwaliteit wanneer de raad van bestuur en het auditcomité onafhankelijker is (Francis, 2004).

Met betrekking tot de invloed van de CEO of het management op de auditkwaliteit is echter nog maar weinig tot geen onderzoek uitgevoerd en voor de perceptie van de CEO over externe auditing is dit niet anders (Carcello, Hermanson, & Zhongxia, 2011). Enkel Sarens, Reheul, Van Caneghem, De Vlaminck en Dierick (2012) en Veestraeten (2014) deden al onderzoek naar de perceptie van de CEO over externe auditing. Er moet dan ook meer aandacht besteed worden aan het management, aangezien zij waarschijnlijk een grote invloed hebben op heel wat variabelen met betrekking tot auditing (Carcello et al., 2011).

Dit werd bevestigd door Cheng en Leung (2012), die in China een onderzoek voerden naar het effect van de reputatie, leeftijd, lengte van het mandaat, het geslacht en het opleidingsniveau van de CEO¹

¹ Omdat de managementstructuren in China sterk variëren met die in Europa, werd er in dit onderzoek geopteerd voor de executive chairperson als voorwerp van het onderzoek. De executive chairperson heeft verschillende kenmerken die overeenkomen met die van de CEO in het Westen: hij heeft er een uitvoerend mandaat, staat hoger dan de Chinese CEO, wordt meer betaald dan de Chinese CEO, is voorzitter van de belangrijkste comités van het bedrijf en keurt alle belangrijke beslissingen goed (Cheng & Leung, 2012). Executive chairpersons zijn dus in feite de CEO's van China en zullen in deze masterproef daarom aangeduid worden als CEO.

op de auditkwaliteit en de keuze van de auditor. Uit dit onderzoek bleek dat zowel de reputatie als de lengte van het mandaat van de CEO een invloed hebben op de keuze van de auditor en de auditkwaliteit. Deze studie toont dus aan dat de CEO een invloed kan uitoefenen op de auditkwaliteit en de keuze van de auditor en ondersteunt dus de stelling van Carcello et al. (2011).

Daarnaast zijn er enkele studies die erop wijzen dat de CEO een sterke invloed kan hebben op het aanstellen en ontslaan van de auditors (Carcello & Neal, 2000, 2003; Cohen et al., 2010). Uit interviews met Big 4 auditors in de Verenigde Staten blijkt zo dat het management, en meer bepaald de CEO en/of CFO, de meeste invloed heeft op de beslissing omtrent het aanstellen en ontslaan van de auditor (Cohen et al., 2010). Dit statement wordt ook ondersteund door KPMG (2004, in Cohen et al., 2010), dat stelt dat CFO's de grootste invloed uitoefenen. Verder zeggen auditors dat het management een grote rol speelt bij corporate governance (Cohen et al., 2010). Zo focusten de definities die auditors gaven van corporate governance in meer dan twee derde van de gevallen op het management. Een auditor verklaarde in dit perspectief dat het volgens hem uiteindelijk toch het management is dat beslist om het juiste te doen of om dit net niet te doen. Daarnaast benadrukte een andere auditor dat de activiteiten van de CEO een veel sterkere boodschap overbrengen dan een gedragscode of corporate governance website.

Als het management effectief zulke belangrijke rol speelt bij corporate governance, zou dit uiteindelijk betekenen dat het management vaak veel invloed heeft bij beslissingen rond het aanstellen en ontslaan van auditors, en mogelijk langs de raad van bestuur en het auditcomité heen kan gaan om hun wil door te drukken. De vraag is hier dan ook of dit geen probleem is voor de onafhankelijkheid van de auditor.

Bovendien concluderen Carcello en Neal (2000, 2003) na een Amerikaans onderzoek bij publieke bedrijven dat het management druk kan uitoefenen op de auditor in bedrijven met financiële problemen. Meer bepaald kan het management de auditor dwingen om een verklaring zonder voorbehoud te geven ondanks continuïteitsproblemen. Wanneer de auditor weigert een verklaring zonder voorbehoud te geven, kan het management de auditor vaak ontslaan. Bovendien geloven auditors ook vaak dat ze meer kans hebben op ontslag nadat ze gerapporteerd hebben dat er zich continuïteitsproblemen voordoen (Carcello & Neal, 2000). Dit wijst er dus op dat het management een grote invloed kan hebben op de auditor en de auditkwaliteit.

1.2 Onderzoeksvragen

1.2.1 Centrale onderzoeksvraag

De onderzoeken in de probleemstelling tonen aan dat het management een belangrijke invloed op de auditor en de auditkwaliteit kan hebben (Carcello & Neal, 2000, 2003; Cheng & Leung, 2012; Cohen et al., 2010). Ze tonen bovendien aan dat het management druk kan uitoefenen op de auditor om een ander verslag neer te leggen dan hij oorspronkelijk van plan was. Dit geeft ook aan dat de perceptie van de CEO over auditing de auditor en daarmee de auditkwaliteit kan beïnvloeden. Wanneer de CEO een audit bijvoorbeeld als onnuttig of als een last ervaart, kan hij misschien de

auditor tegenwerken. Verder is het mogelijk dat de auditor dan slechts in beperkte mate durft in te gaan tegen het management of de CEO omdat hij vreest ontslagen te worden als hij hen niet volgt. Daarnaast zou de perceptie van de CEO voor bepaalde auditors minder kunnen doorwegen dan voor andere auditors. Wanneer de auditor bijvoorbeeld een hoge reputatie heeft, zal hij minder snel of niet instemmen met het management om zo zijn reputatie te beschermen. Ook kan een auditor die meer kennis heeft over de klant en zijn activiteiten minder snel misleid worden door het management. Hieruit kunnen we de volgende centrale onderzoeksvraag afleiden:

"In welke mate heeft de perceptie van de CEO over auditing een invloed op de auditkwaliteit en is dit verband hetzelfde voor elke auditor?"

1.2.2 Deelvragen

1. "Wat is een audit en waarom is een onafhankelijke audit belangrijk?"

Als antwoord op deze deelvraag zal er een definitie van een audit gegeven worden en zal er dieper worden ingegaan op de externe audit en de externe auditor, met inbegrip van de relevante Belgische wetgeving hieromtrent. Deze audit zal verder gekaderd worden in de agency theory, zoals die eerder besproken werd (Jensen & Meckling, 1976). Hieruit zal het belang van een onafhankelijke audit(or) aangetoond worden.

2. "Wat beïnvloedt de perceptie van de CEO over auditing?"

Hier zal verder ingegaan worden op gepercipieerde waarde en zal de perceptie van de CEO over auditing in verschillende dimensies worden opgedeeld aan de hand van Sweeney en Soutar (2001). Ten slotte zal er ook aandacht besteed worden aan de mogelijke oorzaken van een verbetering of verslechtering van de perceptie van de CEO over auditing.

3. "Wat is auditkwaliteit en hoe wordt het gemeten?"

Daarnaast zal er aandacht besteed worden aan de tweede grote component van de centrale onderzoeksvraag, namelijk auditkwaliteit. Zo zal bijvoorbeeld de definitie van DeAngelo (1981), zoals die vermeld werd in de probleemstelling, verder uitgelegd worden. Aangezien auditkwaliteit niet waargenomen kan worden door buitenstaanders en moeilijk te meten is, zijn er al verschillende benaderingen van auditkwaliteit gebruikt. Ook deze zullen besproken worden. Voorbeelden hiervan zijn sancties en de geauditeerde financiële staten (Aghaei Chadegani, 2011; Francis, 2004; Lin & Hwang, 2010).

4. "In welke mate heeft de perceptie van de CEO over auditing een invloed op de auditkwaliteit?"

De besproken onderzoeken in de probleemstelling toonden aan dat het management een invloed kan hebben op de auditor en de auditkwaliteit. Carcello en Neal (2000, 2003) vinden bijvoorbeeld bewijs

dat de auditor soms een ander verslag geeft dan hetgeen hij juist acht en dit omdat het management druk op hem uitoefent. Hierdoor is het dan ook niet ondenkbaar dat de perceptie van de CEO over auditing een invloed kan hebben op de auditkwaliteit. Naarmate de perceptie van de CEO over auditing slechter wordt, kan dit er misschien voor zorgen dat de CEO de auditor zal tegenwerken. Vervolgens is het mogelijk dat de auditor niet bij de CEO zal aandringen om de nodige aanpassingen te doen of om de nodige informatie te krijgen omdat hij dan vreest ontslagen te worden. Dit kan een negatief effect hebben op de auditkwaliteit.

5. *"In welke mate heeft de grootte van de auditor een invloed op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit?"*

Deze deelvraag onderzoekt het modererend effect van de grootte van het auditbedrijf op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit. Naar het effect van de grootte van het bedrijf op de auditkwaliteit is al heel wat onderzoek verricht. DeAngelo (1981) legt de theoretische basis voor dit verband. Ze stelt dat de auditor van een groot auditbedrijf of Big 8 (tegenwoordig Big 4) bedrijf minder snel zal toegeven aan het management en zo een hogere auditkwaliteit zal afleveren ten opzichte van kleinere auditbedrijven omdat ze een hogere reputatie en een groter klantenbestand hebben. Ook wordt vaak aangehaald dat een grote auditor meer resources en expertise in huis heeft die hem kan helpen bij zijn job (Becker, DeFond, Jiambalvo, & Subramanyam, 1998; Francis, Maydew, & Sparks, 1999; Krishnan, 2003; Lin & Hwang, 2010). De relatie tussen de grootte van het auditbedrijf en auditkwaliteit werd al veelvuldig getest en hoewel het bewijs verdeeld is, is er al vaak aangetoond dat een Big N auditor een hogere auditkwaliteit kan bieden (Becker et al., 1998; Francis et al., 1999; Lin & Hwang, 2010).

De grootte van het auditbedrijf kan ook een effect hebben op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit. Wanneer we veronderstellen dat de CEO een eerder slechte perceptie heeft over auditing, kan een groot auditbedrijf deze invloed op auditkwaliteit misschien verzwakken, aangezien een groot auditbedrijf minder geneigd zou zijn om rekening te houden met de mening of wensen van het management bij het uitvoeren van haar audit.

6. *"In welke mate heeft de specialisatie van de auditor binnen een sector een invloed op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit?"*

Ook is er onderzoek gevoerd naar de specialisatie van auditors in een bepaalde sector. Deze specialisatie zorgt ervoor dat de auditors technologieën (voor bijvoorbeeld de planning van de audit, het trekken van een steekproef...) bezitten die beter aangepast zijn aan de specifieke kenmerken van de sector (Dopuch & Simunic, 1980, 1982, in Gramling & Stone, 2001). Ook hebben ze meer kennis binnen de sector, waardoor ze betere inschattingen kunnen maken (Minutti-Meza, 2013). Dit laat voor de klant minder ruimte om de cijfers te manipuleren (Kwon, 1996, in Gramling & Stone, 2001). Ook kan de auditor minder afhankelijk zijn van de informatie die hij moet verkrijgen van de CEO, juist omdat hij betere schattingen kan maken omwille van zijn specialisatie. Dit zorgt voor een hogere auditkwaliteit. Bovendien heeft ook de gespecialiseerde auditor een reputatie te verliezen en

zal hij dus geneigd zijn om twijfelachtige en agressieve transacties in de boekhouding van de klant te rapporteren of te verhinderen (Krishnan, 2003).

In de meerderheid van de onderzoeken wordt aangetoond dat een gespecialiseerde auditor leidt tot een betere auditkwaliteit (Balsam, Krishnan, & Yang, 2003; Huang & Liang, 2014; Krishnan, 2003; Lin & Hwang, 2010). Dit kan ook een effect hebben op het verband tussen de perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit. Wanneer de perceptie van de CEO over auditing eerder slecht is en er een industriespecialist wordt aangesteld, zou de CEO de auditor minder kunnen tegenwerken aangezien een industriespecialist zich minder zal laten beïnvloeden door het management om zo zijn reputatie hoog te houden. Ook is het mogelijk dat hij minder afhankelijk is van de informatie van de CEO omdat hij zelf beter schattingen kan maken. Een industriespecialist zou de band tussen een slechte perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit dus kunnen verzwakken.

Hoofdstuk 2 Externe audit

In dit hoofdstuk zal het bredere kader van dit onderzoek geschetst worden, namelijk de externe audit. Eerst zal de externe audit besproken worden, waarin enkele definities, het proces en het doel van een externe audit aan bod zullen komen. Ook zal er auditkwaliteit reeds beknopt behandeld worden. Vervolgens zal de Belgische wetgeving met betrekking tot de externe audit besproken worden, net als de agency theory om de onderliggende redenering voor het aanstellen van een auditor te duiden. Ten slotte zal deze theorie als uitgangspunt gebruikt worden om het belang van de externe audit aan te tonen.

2.1 Externe audit: definiëring

Er bestaan heel wat omschrijvingen van een externe audit. Zo zijn er definities waar het doel van deze audit, namelijk de betrouwbaarheid van de jaarrekening waarborgen, wordt onderstreept (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, s.d.-a). Meer bepaald betekent dit dat de jaarrekening een getrouw beeld moet geven van het vermogen, de financiële toestand en de resultaten van de onderneming. Dit komt ook naar voor in de definitie van het Instituut van de Bedrijfsrevisoren (s.d.-a), waar een audit wordt beschreven als "het geheel van controlewerkzaamheden waarop het oordeel van de bedrijfsrevisor over het getrouw beeld van de jaarrekening of de geconsolideerde jaarrekening gebaseerd is" (§1).

Andere definities zijn omvangrijker en benadrukken dan weer het proces dat een auditor doorloopt, anders dan het doel van een audit. Dit doet de beschrijving van het Committee on Basic Auditing Concept van de American Accounting Association (AAA), die voor de verdere studie gebruikt zal worden. Deze instelling definieert een audit als volgt: "Auditing is a systematic process of objectively obtaining and evaluating evidence regarding assertions about economic actions and events to ascertain the degree of correspondence between those assertions and established criteria and communicating the results to interested users" (Dries et al., 2011, p. 26; Johnstone, Gramling, & Rittenberg, 2014, p. 3).

Zoals de omschrijving van de AAA reeds aanhaalt, worden de financiële verslagen geauditeerd gedurende een logisch gestructureerd auditproces (Dries et al., 2011). Dit auditproces begint bij de vraag aan een auditkantoor om een audit uit te voeren (Johnstone et al., 2014). De auditor of het auditkantoor kan dan zelf bepalen of ze deze opdracht aanneemt of niet. Daarom zal hij al een eerste risicoanalyse uitvoeren, de activiteit van de potentiële klant overlopen en evalueren of hij de nodige kennis in huis heeft om de audit uit te voeren (Kueppers & Sullivan, 2010). Ook zal hij de achtergrond van het management en het eventuele auditcomité nagaan, aangezien de samenwerking met deze partijen een belangrijke invloed kan hebben op de audit.

Als de auditor beslist om de audit uit te voeren bij het bedrijf in kwestie, zal hij een auditplan opstellen (Kueppers & Sullivan, 2010). Hiervoor zit hij samen met het management en/of het eventuele auditcomité. Essentieel in dit plan is het auditrisico, zodat de auditor de kans op fouten in de

financiële verslagen van het bedrijf kan inschatten (Dries et al., 2011; Johnstone et al., 2014). Om dit auditrisico in te schatten, doet hij een grondige analyse van onder andere de activiteit van de klant, de sector waarin hij opereert, de concurrentie, het management en de corporate governance (zoals internecontrolesystemen) binnen het bedrijf (Johnstone et al., 2014). Hij bepaalt ook de materialiteitsgrens: het maximale bedrag van afwijkingen dat de auditor zal tolereren in de jaarrekening of een rubriek ervan, voordat hij bij de jaarrekening of een rubriek een voorbehoud zou maken (Dries et al., 2011, p. 42). Deze risicoanalyse, die jaarlijks moet worden uitgevoerd, zal uiteindelijk de hoeveelheid en de aard van de audittests bepalen. Deze audittests omvatten onder andere een evaluatie van de effectiviteit van de internecontrolesystemen omtrent de financiële rapportering, waaruit de externe auditor kan afleiden hoe gedetailleerd hij te werk moet gaan (Dries et al., 2011; Johnstone et al., 2014; Kueppers & Sullivan, 2010).

Vervolgens zal de auditor steekproeven nemen van transacties, rekeningen en/of documenten en deze steekproeven onderwerpen aan tests (Dries et al., 2011). De auditor mag gedurende zijn mandaat immers op elk ogenblik alle documenten en geschriften van het bedrijf inkijken en altijd verdere informatie vragen indien nodig (Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 137). Met behulp van die tests is hij in staat bewijsmateriaal te verzamelen en zich een mening te vormen over de betrouwbaarheid van de financiële staten van het bedrijf (Kueppers & Sullivan, 2010). Gedurende dit proces is het belangrijk dat de auditor objectief en onafhankelijk blijft. Er zal later nog worden ingegaan op het belang van de onafhankelijkheid van de auditor (zie punt 2.5).

De uitgevoerde testen kunnen echter geen absolute zekerheid geven over het al dan niet geven van een getrouw beeld van de financiële situatie van het bedrijf. Om absolute zekerheid te kunnen geven, zou de auditor alle transacties moeten testen, wat zowel meer tijd als meer geld zou kosten (Kueppers & Sullivan, 2010). De auditor kan dus enkel een redelijke zekerheid geven dat de financiële staten die hij geauditeerd heeft vrij zijn van materiële fouten en zijn bevindingen hieromtrent rapporteren (Johnstone et al., 2014).

Wanneer de auditor zich een mening heeft gevormd over de mate waarin de geauditeerde financiële staten een getrouw beeld verschaffen, schrijft hij zijn bevindingen neer in een wettelijk verplicht auditverslag (Dries et al., 2011; Johnstone et al., 2014; Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 143). De inhoud van dit verslag werd wettelijk vastgelegd (Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 144). De resultaten van de audit worden daarna verder gecommuniceerd aan de belanghebbenden (Dries et al., 2011).

De auditor kan vier soorten verklaringen afleggen: een verklaring zonder voorbehoud, een verklaring met voorbehoud, een afkeurende verklaring en een onthoudende verklaring (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, s.d.-a). Bij een verklaring zonder voorbehoud verklaart de auditor geen materiële fouten gevonden te hebben in de jaarrekening en verklaart hij dat de jaarrekening voldoet aan de wettelijke en reglementaire voorschriften en aan de boekhoudstandaarden. De auditor zal een verklaring met voorbehoud uitgeven wanneer hij een beperking heeft ervaren tijdens het uitvoeren van de audit, of wanneer hij het oneens is met de leiding van het geauditeerde bedrijf over de boekhoudregels of –methodes, de manier waarop ze zijn toegepast of wanneer hij niet akkoord is

met de informatie die wordt gegeven in de jaarrekening. Een afkeurende verklaring gaat nog verder: de auditor vindt dat het onderwerp van het meningsverschil met de leiding zo belangrijk is dat hij geen verklaring met voorbehoud kan geven. Dit betekent dat de beperkingen van de jaarrekening zo ernstig zijn dat ze in de ogen van de auditor geen getrouw beeld meer geeft van het vermogen, de financiële toestand en/of de resultaten van het bedrijf. Een afkeurende verklaring kan ook gegeven worden wanneer de jaarrekening niet voldoet aan de wettelijke normen en boekhoudstandaarden, wat het getrouw beeld van het bedrijf aantast. Ten slotte kan de auditor ook een onthoudende verklaring afleveren. Hierbij oordeelt hij dat hij geen gefundeerd oordeel kan geven of de jaarrekening al dan niet een getrouw beeld van de realiteit geeft. Deze verklaring kan een gevolg zijn van een gebrek aan informatie bij het uitvoeren van de audit of te veel onzekerheden in de omgeving van het geauditeerde bedrijf, die een materiële invloed kunnen hebben op de jaarrekening.

Dit hele auditproces, inclusief de planning en de rapportering ervan, moet gebeuren overeenkomstig de auditstandaarden (Dries et al., 2011). Hiervoor zijn er controlenormen ontworpen, namelijk de International Standards on Auditing (ISA). Deze controlenormen vragen bijvoorbeeld dat de auditor het hele auditproces, waaronder de planning, uitvoering en conclusies van de audit, nauwkeurig registreert in een gedetailleerd dossier, de werkpapieren genaamd.

2.2 Auditkwaliteit: definiëring

Een belangrijk concept met betrekking tot de externe audit is de auditkwaliteit. Er werden in de literatuur doorheen de jaren al veel omschrijvingen van auditkwaliteit opgesteld. De definitie van DeAngelo (1981) komt het meest voor in de literatuur (Francis, 2011; Knechel et al., 2013). Auditkwaliteit wordt door haar gedefinieerd als: "the market-assessed joint probability that a given auditor will both (a) discover a breach in the client's accounting system and (b) report the breach" (DeAngelo, 1981, p. 186).

Deze definitie deelt auditkwaliteit op in twee aspecten, namelijk de kans dat de auditor materiële fouten ontdekt en de kans dat hij deze fouten rapporteert (DeAngelo, 1981). De kans dat de auditor materiële fouten ontdekt hangt af van de inspanning die hij doet en zijn technische vaardigheden, waaronder de gebruikte auditprocedures en steekproeftrekking die hij gebruikt gedurende het auditproces zoals beschreven werd in punt 2.1 (DeAngelo, 1981; Knechel et al., 2013). De kans dat de auditor deze materiële fouten rapporteert is daarnaast afhankelijk van de onafhankelijkheid van de auditor, waarvan het belang besproken zal worden in punt 2.5 (DeAngelo, 1981).

Vanwege het frequente gebruik in de literatuur, de duidelijke uitsplitsing en nadruk op de onafhankelijkheid van de auditor, zal de definitie van DeAngelo (1981) verder in deze masterproef gebruikt worden.

2.3 Wettelijk kader rond auditing

In dit deel zal het Belgische wettelijke kader worden geschetst. Artikel 130 van het Wetboek van Vennootschappen (2016) stelt zo dat een externe audit uitgevoerd moet worden door een bedrijfsrevisor, een beschermde titel die enkel personen ingeschreven bij het Instituut van de Bedrijfsrevisoren (IBR) kunnen dragen. Enkel onder deze titel van onafhankelijke en onpartijdige deskundige kan de bedrijfsrevisor het wettelijk mandaat van commissaris aanvaarden (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, s.d.-d; Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 142). Onder dit mandaat, dat ingevoerd werd als controlefunctie, gebeurt het grootste deel van de externe audits (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, s.d.-a). Een auditor is diegene die de controle uitvoert, al dan niet onder het wettelijk mandaat van commissaris.

De wetgever voerde een verplichting tot het aanstellen van een commissaris in voor bepaalde bedrijven, met als doel alle stakeholders van het bedrijf te beschermen (Vander Bauwhede & Willekens, 2004). Artikel 141 van het Wetboek van Vennootschappen (2016) lijst de vennootschappen op die niet wettelijk verplicht zijn een commissaris aan te stellen. Hieruit kan geconcludeerd worden dat enkel beperkt aansprakelijke, grote vennootschappen die het volledig schema van de jaarrekening moeten toepassen verplicht zijn een commissaris aan te stellen, met twee uitzonderingen op deze regel. Wanneer het bedrijf in kwestie beursgenoteerd is of deel uitmaakt van een consoliderende groep die verplicht is een commissaris aan te stellen, moet het bedrijf altijd een commissaris aanstellen, ongeacht haar grootte. Naast deze verplichting kan een bedrijf uiteraard ook kiezen om vrijwillig een auditor aan te stellen.

Een bedrijf is groot, en zal dus een commissaris moeten aanstellen, wanneer het een vennootschap met rechtspersoonlijkheid is die voor het laatste afgesloten boekjaar meer dan één van de volgende criteria heeft overschreden (Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 15):

- Een jaargemiddelde van het personeelsbestand van 50 voltijdse equivalenten
- Een jaaromzet exclusief BTW van 9.000.000 euro
- Een balanstotaal van 4.500.000 euro

Bij deze verplichting wordt een commissaris voorgesteld door de raad van bestuur, het eventuele auditcomité of de zaakvoerder, maar de commissaris wordt benoemd door de algemene vergadering (Instituut van de Bedrijfsrevisoren, s.d.-a; Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 130). De commissaris mag de opdracht echter niet aanvaarden wanneer hij zich in een positie bevindt die zijn onafhankelijkheid bedreigt (Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 133). Zo mag de commissaris bijvoorbeeld gedurende zijn mandaat geen andere opdracht aanvaarden van een persoon of vennootschap die verbonden is met het bedrijf dat hij auditeert als dat zijn onafhankelijkheid zou kunnen bedreigen (Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 133, §2).

De auditor wordt benoemd als commissaris voor een hernieuwbare termijn van drie jaar (Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 135). Enkel de algemene vergadering kan hem ontslaan wegens wettige redenen. De wetgever benadrukt hier dat een meningsverschil over een boekhoudkundige

verwerking of controleprocedure geen wettige reden is. De auditor zelf kan slechts wegens gewichtige persoonlijke redenen ontslag nemen of wanneer hij de algemene vergadering heeft ingelicht over de redenen van zijn ontslag.

Wanneer een auditor zijn taak niet goed volbrengt, is hij jegens de vennootschap aansprakelijk. Bovendien is hij hoofdelijk aansprakelijk voor alle schade die voortvloeit uit het overtreden van de bepaling van de statuten of het Wetboek van Vennootschappen en dit niet enkel jegens de vennootschap, maar ook jegens derden (Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 140).

2.4 Theoretische kadering van de externe audit: agency theory

De agency theory geeft een aantal problemen aan die er in een bedrijf spelen en geeft derhalve aan waarom de aanstelling van een auditor belangrijk en voor bepaalde bedrijven wettelijk verplicht is. In de agency theory staan de principaal en de agent centraal (Colbert & Jahera, 1988). Zij sloten een contract waarbij één of meerdere personen (de principaal of principalen) een andere persoon (de agent) aannemen om een dienst voor hen te verrichten waarbij de principaal de agent de macht geeft om bepaalde beslissingen te nemen (Jensen & Meckling, 1976, p. 308). Eenmaal het contract tussen de principaal en de agent is ondertekend, bestaat echter de mogelijkheid dat moral hazard optreedt (Goergen, 2012). Zo kan de agent zich in termen van het contract slecht of minder verantwoordelijk gedragen. Het is bijvoorbeeld niet ondenkbaar dat de agent soms beslissingen zal nemen om zijn eigen belang te dienen, eerder dan beslissingen te nemen die in het belang van de principaal zijn, en zo de principaal schade berokkent (Jensen & Meckling, 1976).

De rol van de agent en de principaal kunnen op verschillende manieren worden in gevuld. In deze studie wordt de nadruk gelegd op het management en werd er gekozen om de twee voornaamste modellen met het management als agent te bespreken. Het eerste model dat besproken zal worden is het model waarbij het management de agent is en de externe aandeelhouders de principalen zijn, terwijl in het tweede model de schuldeisers de principalen zijn.

2.4.1 Agencykosten van aandeelhouders

In deze toepassing van de agency theory vervult het management de rol van de agent en zijn de aandeelhouders of eigenaars de principalen (Jensen & Meckling, 1976). Het agencyconflict dat een contract tussen deze twee partijen teweeg kan brengen, kan zich uiten in twee problemen: extra voordelen die de manager zichzelf toekent en empire building (Goergen, 2012).

Ten eerste kunnen de managers meer kosten maken terwijl ze hun job uitoefenen om zo zichzelf te verrijken (Goergen, 2012). Dit kan gaan van reis- en restaurantkosten die het bedrijf worden aangerekend tot jobs die managers geven aan familieleden, terwijl deze familieleden misschien niet bekwaam zijn om die job uit te voeren. Hoewel het hier al over behoorlijke bedragen gaat, is dit

slechts een kleine fractie in vergelijking met de excessieve uitgaven van managers bij empire building.

Empire building betekent dat managers de leiding willen over een zo groot mogelijk bedrijf (Goergen, 2012). Dit kan verschillende redenen hebben. Managers van grote bedrijven hebben zo meer macht en bijgevolg een hogere sociale status. Doorgaans wordt aan die managers ook een hogere verloning toegekend, in combinatie met andere voordelen. Ten slotte kunnen deze managers door de jaren heen te veel zelfvertrouwen hebben opgebouwd. Hierdoor zijn de opportuniteiten minder goed dan ze geloven en zullen ze in projecten investeren die niet meer winstgevend zijn (Berk & DeMarzo, 2014).

Wanneer managers een groot bedrijf willen leiden, kunnen ze opteren om niet-winstgevende afdelingen open te houden, onnodig personeel in te huren of andere onnuttige uitgaven te doen (Berk & DeMarzo, 2014). Ook is het in extreme gevallen mogelijk dat managers de inkomsten van winstgevende projecten zullen gebruiken om andere bedrijven over te nemen, ook al heeft hun activiteit niets te maken met hun corebusiness of ligt de overnameprijs te hoog ten opzichte van de reële waarde van het bedrijf. In beide gevallen zullen ze dus meer kosten maken om de grootte van het bedrijf te bevorderen, hoewel dit niet gelijk loopt met de belangen van de aandeelhouders of eigenaars, namelijk waardemaximalisatie van het bedrijf (Goergen, 2012).

Het conflict tussen deze twee partijen vindt zijn oorsprong in de scheiding van eigenaarschap en controle. In bedrijven is het immers zo dat de managers de controle over het bedrijf krijgen, terwijl het bedrijf eigendom is van de aandeelhouders (Goergen, 2012; Pindyck & Rubinfeld, 2013). Uit deze scheiding van eigenaarschap en controle vloeit informatieasymmetrie voort. Informatieasymmetrie is de situatie waarbij een partij, meestal de agent, meer informatie heeft dan de andere partij, meestal de principaal (Goergen, 2012, p. 8). Dit betekent dus dat de manager (als agent) doorgaans meer informatie heeft over (de werking van) het bedrijf dan de aandeelhouders (de principalen). Hierdoor hebben de managers meer kans om in hun eigen belang te werken.

Om deze problemen te verhinderen, zal de aandeelhouder proberen om de belangen van de manager meer gelijk te laten lopen met zijn eigen belangen (Jensen & Meckling, 1976). Hiervoor zal hij kosten moeten maken. De hoogte van deze kosten, ook agencykosten genoemd, variëren van bedrijf tot bedrijf. Door deze kosten te maken hoopt de aandeelhouder zijn verliezen als gevolg van nadelige acties van het management te verminderen en in het totaal lagere kosten te hebben. Agencykosten bestaan uit de som van monitoring kosten, bonding kosten en het overige verlies van de aandeelhouder (Jensen & Meckling, 1976, p. 308).

De monitoring kosten zijn de kosten die de aandeelhouder moet maken om de manager te monitoren (Goergen, 2012). Dit zijn dus de kosten die de aandeelhouder doet om de manager te observeren en zijn activiteiten in de gaten te houden, maar ook de kosten om ongewenste acties van de manager te vermijden en de manager terecht te wijzen bij fouten. De aandeelhouder kan de manager bijvoorbeeld een budget opleggen, waardoor de manager minder ruimte heeft om zijn eigen belangen

te dienen. Ook kan de aandeelhouder een auditor aanstellen om hem meer mogelijkheid te geven de manager te controleren.

Bonding kosten zijn de kosten die de manager maakt om de aandeelhouders te overtuigen dat hij te vertrouwen is en dat hij in het belang van de aandeelhouders zal handelen (Jensen & Meckling, 1976). Dit doet hij omdat de aandeelhouders er vanuit gaan dat de manager beslissingen zal nemen in zijn eigen belang en omdat ze hem daardoor minder voordelen, bijvoorbeeld minder loon, zullen toekennen. Door zelf zijn geloofwaardigheid te signaleren, vermindert de manager de informatieasymmetrie waardoor de impact van de benadeling door de aandeelhouder zal verminderen. Hij zal bijvoorbeeld op deze manier meer loon krijgen.

Een voorbeeld van bonding kosten zijn de kosten om te investeren in het bedrijf in kwestie door middel van aandelen. De manager verbindt op die manier zijn belangen, namelijk een hogere opbrengst via een hogere aandelenprijs, met de belangen van de aandeelhouder, namelijk een welvend bedrijf. Ook kan de manager zelf vragen om een auditor aan te stellen om de aandeelhouder meer zekerheid te geven. In dat geval zijn de kosten verbonden aan een auditor geen monitoring kosten, maar bonding kosten.

2.4.2 Agencykosten van schuldeisers

In deze toepassing van de agency theory is het management, of in de bredere zin het bedrijf, de agent en is de schuldeiser de principaal (Jensen & Meckling, 1976). Het agencyconflict doet zich voor wanneer het bedrijf in financiële moeilijkheden zit en er maar weinig eigen vermogen meer over is (Goergen, 2012).

Bij dit agencyconflict heeft de schuldeiser geld geleend aan het management om projecten met een bepaald risico te kunnen uitvoeren. Het management heeft echter de neiging om in meer risicovolle projecten te investeren (Jensen & Meckling, 1976). Deze projecten beloven een hoog rendement, maar er is slechts een lage kans dat ze slagen. Wanneer zulke projecten een succes worden, zal het management of het bedrijf het grootste deel van het rendement opstrijken. Wanneer deze projecten echter mislukken, is de kost grotendeels voor de schuldeisers.

Ook hier vloeit het agencyconflict dus voort uit informatieasymmetrie: de schuldeiser kan immers moeilijk controleren waarvoor de lening gebruikt wordt door het management. Hierdoor heeft het management meer informatie tot zijn beschikking dan de schuldeiser. Dit leidt, net als bij het agencyconflict met aandeelhouders, tot agencykosten. Deze agencykosten worden ook op dezelfde manier ingedeeld als bij het agencyconflict met aandeelhouders, namelijk in monitoring kosten, bonding kosten en het residuele verlies van de schuldeiser, maar worden nu dus toegepast op de schuldeiser in plaats van op de aandeelhouder. Monitoring kosten zijn bijgevolg de kosten die de schuldeiser maakt om de manager te monitoren, zoals het opstellen van contracten met convenanten. Bonding kosten zijn dan de kosten die de manager maakt om de schuldeiser te

overtuigen dat hij te vertrouwen is en dat hij in het belang van de schuldeiser zal handelen. Het residuele verlies is ten slotte het overige verlies dat de schuldeiser draagt (Jensen & Meckling, 1976).

2.4.3 Hoe agencykosten verminderen?

In dit deel zal besproken worden hoe de agencykosten van de twee besproken agencyconflicten verminderd kunnen worden. Er zijn heel wat manieren om het agencyconflict, en daarmee ook de agencykosten, te verminderen. Eisenhardt (1989) stelt dat deze oplossingen binnen twee categorieën vallen. Ze heeft het enerzijds over het opstellen van contracten, waardoor het management beperkt wordt in zijn mogelijkheden om zijn eigen belang te dienen, en anderzijds over het investeren in meer informatie over het gedrag van de management, waardoor de informatieasymmetrie vermindert en de aandeelhouders of schuldeisers het management beter in de gaten kan houden.

Jensen en Meckling (1976) geven hieromtrent ook enkele mogelijke oplossingen: formele controlesystemen (zoals contracten), budgetrestricties, aangepaste beloningssystemen die de manager stimuleren in het belang van de aandeelhouders of schuldeiser te werken en auditing. Deze vier opties zullen verder in dit deel worden besproken. Hierbij moet opgemerkt worden dat deze opties niet los van elkaar gezien mogen worden. Vaak komen er immers combinaties van deze oplossingen voor. Hoewel deze oplossingen monitoring en bonding kosten met zich meebrengen, zal het totale niveau van agencykosten dalen omdat de baten van deze oplossingen groter zijn dan de kosten die eruit voortvloeien.

Een eerste voorbeeld dat gegeven wordt, is het opstellen van een contract dat ervoor moet zorgen dat de belangen van de agent meer gelijk lopen met de belangen van de principaal (Eisenhardt, 1989). Wanneer er sprake is over het agencyconflict van aandeelhouders, zou het agencyconflict vermeden kunnen worden met behulp van complete contracten (Goergen, 2012). Deze contracten leggen expliciet vast wat managers moeten doen in een bepaalde situatie en hoe de winst dan verdeeld zou worden.

Wanneer het agencyconflict zich afspeelt tussen het management en de schuldeisers, kunnen de schuldeisers het management weerhouden van het uitvoeren van risicovolle projecten door convenanten vast te leggen (Jensen & Meckling, 1976). Dit zijn voorwaarden waaraan de schuldenaar, hier het bedrijf, zich aan moeten houden. Voorbeelden van deze voorwaarden zijn het onderhouden van een bepaald niveau aan solvabiliteit of het onderhouden van het werkkapitaal. Wanneer het bedrijf zich niet aan de convenanten houdt, kan de schuldeiser zijn geld met onmiddellijke ingang terugvragen.

Deze complete contracten of convenanten brengen echter enkele problemen met zich mee. Zo is het moeilijk en duur om deze contracten op te stellen en is het onmogelijk om alle mogelijke situaties te voorspellen (Eisenhardt, 1989). Ook zijn de voorwaarden vermeld in het contract erg moeilijk te controleren, laat staan af te dwingen ten opzichte van buitenstaanders, met in het bijzonder de

wettelijke instanties (Goergen, 2012). Van een waterdichte bescherming voor de externe aandeelhouders of schuldeisers kan er dus geen sprake zijn.

Een tweede voorbeeld dat Jensen en Meckling (1976) aanhalen, zijn budgetrestricties. Zoals reeds vermeld werd, kunnen managers de overtollige cash gebruiken voor projecten die niet de waardemaximalisatie binnen het bedrijf nastreven. Wanneer zij zich echter aan een budget moeten houden, ligt deze cash al vast, waardoor ze minder mogelijkheden hebben om deze projecten uit te voeren. Ook plannen voor een toekomstige lening en de bijkomende verplichting om rente te betalen, het uitkeren van een dividend en het terugkopen van aandelen beperken de mogelijkheden voor de manager om de overige cash aan te wenden in zijn eigen belang (Berk & DeMarzo, 2014). Wanneer het management bijvoorbeeld leningen niet kan terugbetalen, is de kans immers groter dat managers ontslagen worden. Hierdoor voelen ze zich sneller bedreigd door de raad van bestuur en bovendien zullen de schuldeisers het management dan meer controleren.

Een derde optie is het koppelen van het loon van de managers aan de prestaties van het bedrijf, zoals aan de winst van het bedrijf of de aandelenprijs (Berk & DeMarzo, 2014). Op die manier zouden de voorkeuren van managers, namelijk een zo hoog mogelijk loon, gekoppeld worden aan het belang van de aandeelhouders en dus waardemaximalisatie. Toch zijn hier nadelen aan verbonden. Wanneer de verloning van de manager te sterk gekoppeld is aan de aandelenprijs, vraagt dat misschien van managers om meer risico's te nemen dan ze willen nemen. Er zitten immers verschillende elementen in de aandelenprijs die de manager niet kan beïnvloeden. Dit kan weer een agencyconflict tot gevolg hebben of het kan moeilijk worden voor het bedrijf om getalenteerde managers aan te trekken. Bovendien kan de verleiding groot zijn om de cijfers te manipuleren om zo een hogere winst of aandelenprijs en dus een hoger loon te verkrijgen. Ondanks deze nadelen kan een goed ontworpen beloningssysteem toch een oplossing zijn (Pindyck & Rubinfeld, 2013).

De meest klassieke manier, en ook de laatste manier die Jensen en Meckling (1976) aanhalen, is echter nog om een auditor aan te stellen (Colbert & Jahera, 1988). Deze externe auditor helpt immers niet enkel om de agencykosten te drukken, maar kan ook de negatieve effecten van andere oplossingen verminderen.

Een externe auditor is nodig om agencykosten te drukken vanwege de informatieasymmetrie die er speelt tussen de principaal en de agent. Wanneer de aandeelhouders of schuldeisers zelf informatie zouden moeten verzamelen en de managers zouden moeten monitoren, zou dit voor de aandeelhouders of schuldeisers niet enkel een moeilijke, maar ook een dure taak zijn (Eisenhardt, 1989). De auditor zal dus informatie voorzien en de activiteiten van de manager controleren voor de buitenstaanders van het bedrijf (Colbert & Jahera, 1988). Dit doet hij door de financiële staten van het bedrijf te controleren op een getrouw beeld. Bovendien zorgt enkel de aanstelling van een auditor er al voor dat de manager minder opportunistisch gedrag zal vertonen als deze auditor ook onafhankelijk is (Watts & Zimmerman, 1983).

Ook kan een externe audit de nadelen van de andere voorgenoemde oplossingen verminderen. Het is immers mogelijk om verschillende oplossingen te combineren. Zo kan een eigenaar of

aandeelhouder een manager aanwerven op basis van een contract, zijn verloning koppelen aan de aandelenprijs en een auditor, al dan niet verplicht, aanstellen. Zoals reeds besproken zorgen het contract en de koppeling van de verloning aan de aandelenprijs ervoor dat de belangen van de manager meer afgestemd worden op de belangen van de aandeelhouders, waardoor de agencykosten verminderen. De manager wordt echter vaak op basis van de financiële staten beoordeeld en ook de aandelenprijs wordt sterk beïnvloed door de financiële staten. Dit kan een probleem vormen aangezien de manager zelf de financiële staten opstelt en ook kan bepalen welke informatie hij aan de aandeelhouders geeft, waardoor het probleem van de informatieasymmetrie weer meer opspeelt. De externe auditor kan hier een uitweg bieden: hij controleert de financiële staten op het geven van een getrouw beeld en geeft hierdoor de managers minder kans de jaarrekening te manipuleren. Dit zorgt ervoor dat de nodige informatie doorvloeit naar de belanghebbenden, waaronder de aandeelhouders, en dat de agencykosten en informatieasymmetrie verminderd worden (Johnstone et al., 2014).

2.5 Belang onafhankelijkheid auditor

Uit de agency theory en bijbehorende oplossingen kan dus afgeleid worden dat een externe audit een belangrijke manier is om agencyproblemen te verminderen door te controleren of de financiële verslagen een getrouw beeld geven van de onderneming. Deze stelling gaat echter enkel op wanneer de auditor onafhankelijk en objectief is gedurende het auditproces dat eerder werd beschreven (zie punt 2.1) (Cohen et al., 2010; Watts & Zimmerman, 1983). Er wordt van een onafhankelijke, objectieve auditor verwacht dat hij gedurende het hele auditproces professioneel sceptisch is: hij moet voortdurend vragen stellen bij het bewijsmateriaal dat hij verkrijgt en bij zijn manier van werken om zo het bewijsmateriaal kritisch te beoordelen (Kueppers & Sullivan, 2010). Een onafhankelijke en objectieve auditor zal dus zorgen voor een getrouwer beeld van de onderneming, wat de informatieasymmetrie vermindert.

Johnstone et al. (2014) geven aan waarom de financiële verslagen gecontroleerd moeten worden door een onafhankelijke auditor. Hun redenering gaan verder op het probleem van de informatieasymmetrie zoals die werd voorgesteld bij de agency theory (zie punt 2.4). Ze stellen dat een bedrijf complexe processen met zich meebrengt die moeilijk uit te leggen zijn aan externen, waardoor de informatieasymmetrie groter wordt. Bovendien heerst er een afstand tussen de gebruikers van de financiële staten en het bedrijf zelf. Dit zorgt ervoor dat de informatieasymmetrie nog groter wordt en dat het gemakkelijker wordt voor managers om cijfers te manipuleren. Deze managers hebben ook de stimulans om de financiële staten beter voor te stellen, om zo hun eigen belang te dienen (zie punt 2.4.3). Het is dus niet onwaarschijnlijk dat de financiële staten een beter beeld van het bedrijf schetsen dan in werkelijkheid het geval is.

De gevolgen van dit verkeerd beeld kunnen verregaand zijn, aangezien de gebruikers van financiële staten de financiële staten gebruiken om hun beslissingen te maken. Door gemanipuleerde financiële staten kunnen investeerders bijvoorbeeld hun spaargeld verliezen of kan het toeleveringsbedrijf van het bedrijf failliet gaan.

Alle gebruikers hebben dus belang bij betrouwbare informatie om zo op een goede manier beslissingen te kunnen nemen. Deze betrouwbare informatie kan geleverd worden door een externe auditor, zoals reeds werd aangehaald in de agency theory, maar dit enkel wanneer deze auditor ook onafhankelijk is. Wanneer deze auditor niet onafhankelijk zou zijn, is het mogelijk dat hij bepaalde manipulaties van het management door de vingers ziet. Hierdoor zou de informatieasymmetrie blijven bestaan en zouden de financiële staten nog steeds een verkeerd beeld schetsen van het bedrijf.

2.6 Conclusie

In een bedrijf spelen er verschillende agencyproblemen. Managers zullen mogelijk niet altijd beslissingen maken in het belang van de aandeelhouders of schuldeisers, maar ook beslissingen nemen in hun eigen belang. Of en in welke mate managers effectief beslissingen nemen die zichzelf ten goede komen, kan echter maar moeilijk gecontroleerd worden door de aandeelhouders of schuldeisers omdat zij over minder informatie beschikken dan de managers. Aandeelhouders of schuldeisers kunnen de prestaties van het management wel evalueren aan de hand van de financiële staten, maar omdat deze financiële staten ook opgemaakt worden door het management, bestaat de kans dat het management deze financiële staten naar hun hand zal zetten. Ook andere mogelijke oplossingen van het agencyprobleem, zoals een verloning gebaseerd op de winst van het bedrijf, kunnen bijdragen tot de kans op manipulatie van de financiële staten. Een externe auditor kan bij deze agencyproblemen een belangrijke rol spelen: hij zal de jaarrekening controleren op het geven van een getrouw beeld, waardoor de informatieasymmetrie voor de aandeelhouders, schuldeisers en andere stakeholders verminderd wordt. Het is hierbij erg belangrijk dat hij onafhankelijk en professioneel sceptisch is gedurende het hele auditproces, want een auditor die niet onafhankelijk is, zou nog steeds manipulaties door de vingers kunnen zien. Dit kan zware gevolgen hebben voor de vele stakeholders die de financiële staten gebruiken om beslissingen te nemen, waardoor het belangrijk is mogelijke bedreigingen voor de onafhankelijkheid te bestuderen.

Hoofdstuk 3 Perceptie van de CEO over auditing

De onafhankelijkheid van de auditor, zoals besproken werd in vorig hoofdstuk, kan op verschillende manieren in het gedrang worden gebracht. Ook hoe een CEO een externe audit percipieert, kan zo één van de aspecten zijn die een invloed hebben op de onafhankelijkheid van de auditor. Uit meerdere onderzoeken blijkt immers dat de CEO zijn voorkeur kan doordrukken wat betreft het aanstellen en ontslaan van de auditor (Carcello & Neal, 2000, 2003; Cohen et al., 2010; Veestraeten, 2014). Zo blijkt uit interviews met Big 4 auditors in de Verenigde Staten dat het management het meeste invloed heeft bij het aanstellen dan wel ontslaan van een auditor (Cohen et al., 2010). Carcello en Neal (2000, 2003) vinden zelfs bewijs dat het management een auditor kan dwingen om een goedkeurend verslag te geven ondanks continuïteitsproblemen. Indien ze dit weigeren, zou het management de mogelijkheid hebben de auditor te ontslaan.

Ook in de specifieke Belgische private context lijkt het mogelijk dat de perceptie van de CEO over auditing een belangrijke invloed kan hebben. In tegenstelling tot in de Verenigde Staten, waar de onderzoeken van Carcello en Neal (2000, 2003) en Cohen et al. (2010) zich afspeelden, hebben auditors in België slechts een kleine kans op een rechtszaak wanneer ze fouten maken tijdens de audit. Auditors zouden daarom ervoor kunnen opteren om de klant te vriend te houden in plaats van aan te dringen om meer informatie te verkrijgen of om bijvoorbeeld rekeningen aan te passen (Vander Bauwhede, Willekens, & Gaeremynck, 2003).

Ten slotte wijst onderzoek erop dat de perceptie van de CEO een invloed kan hebben op het kiezen van een auditor. Veestraeten (2014) onderzocht bij Belgische private familieondernemingen die verplicht een auditor moesten aanstellen in welke mate de perceptie van de CEO over auditing de keuze voor een Big 4 auditor bepaalt. Ze vond dat de gemiddelde perceptie van de CEO over auditing licht positief was en dat enkel wanneer de perceptie van de CEO over auditing goed was, de kans op het aanstellen van een Big 4 auditor steeg.

Het onderzoek van Veestraeten (2014) is samen met onderzoek van Sarens et al. (2012) de enige academische literatuur die reeds verschenen is met betrekking tot de perceptie van de CEO over auditing. Terwijl Veestraeten (2014) onderzoek deed bij bedrijven die verplicht een auditor moeten aanstellen, richtten Sarens et al. (2012) zich op bedrijven die niet wettelijk verplicht zijn een commissaris aan te stellen, maar dit wel deden. Ze onderzochten meer bepaald de percepties van KMO-leiders over de rol van de bedrijfsrevisor om zo een idee te krijgen over hoe bedrijfsrevisoren zich het best positioneren bij bedrijven die wettelijk niet verplicht zijn een commissaris aan te stellen. Uit dit onderzoek kwam naar voor dat deze CEO's over het algemeen zeer tevreden waren over de prestaties van het auditteam. Hier moet echter bij benadrukt worden dat deze bedrijven zelf kozen om een commissaris aan te stellen, terwijl in dit onderzoek en de studie van Veestraeten (2014) de bevraagde bedrijven wettelijk verplicht zijn een commissaris aan te stellen.

Verder in dit hoofdstuk zal de perceptie van de CEO over auditing eerst kort gekaderd worden binnen de bestaande theorie van de gepercipieerde waarde. Ook zal de perceptie van de CEO over auditing

geplaatst worden binnen de dimensies die Sweeney en Soutar (2001) definieerden, namelijk de functionele dimensie, de sociale dimensie, de emotionele dimensie en de prijsdimensie. Hierbij zal ook per dimensie besproken worden wat de mogelijke oorzaken van een verbetering of achteruitgang van de perceptie van de CEO over auditing. Ten slotte zullen er per dimensie hypothesen worden opgesteld over de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

3.1 Gepercipieerde waarde

De gepercipieerde waarde van een goed of dienst kan in het algemeen op drie verschillende manieren geïnterpreteerd worden (Flint, Woodruff, & Gardial, 1997). Zo kan het ingevuld worden als impliciete overtuigingen waarop het gedrag van een klant gebaseerd is, als een doel dat de klant kan bereiken en als een beoordeling van de waarde van een goed of dienst die reeds aan een klant geleverd werd. In deze masterproef zal gepercipieerde waarde benaderd worden op basis van de laatste optie, namelijk van de beoordeling van waarde. De CEO's zullen immers een perceptie van auditing ontwikkelen aan de hand van een audit die reeds uitgevoerd is.

Bij deze benadering van gepercipieerde waarde bekijkt de klant waarde als een afweging tussen verkregen kosten en baten van de dienst. Zeithaml (1988, p. 14) spreekt in dit verband ook van een afweging van wat er gekregen werd in ruil voor wat er gegeven werd en definieert gepercipieerde waarde dan ook als "the consumer's overall assessment of the utility of a product based on a perception of what is received and what is given."

In de definitie van Zeithaml (1988) zijn drie elementen belangrijk (Ulaga & Chacour, 2001). Ten eerste bestaat waarde uit meerdere componenten, waardoor er een trade-off voorkomt tussen de kosten en baten van de audit. Een voorbeeld hiervan is de afweging van het ereloon van de auditor en de auditkwaliteit. Bedrijven kiezen hieromtrent vaker voor een Big 4 auditor aangezien deze een hogere auditkwaliteit zou bieden, ook al brengt dit een hogere fee met zich mee (Knechel et al., 2013). Een gevolg hiervan is dat wanneer een kost of baat verandert, ook de gepercipieerde waarde van een goed of dienst kan veranderen (Chang & Dibb, 2012). Ook een bepaalde ervaring kan ervoor zorgen dat de afweging wijzigt en zo ook de gepercipieerde waarde verandert.

Ten tweede is een perceptie van waarde subjectief en verschilt de perceptie van waarde van persoon tot persoon (Ulaga & Chacour, 2001). Zo zal een CEO die schuldfinanciering zoekt, mogelijk eerder geneigd zijn om een auditor positiever te ervaren dan een CEO die geen financieringsbehoefte heeft, aangezien een audit ervoor kan zorgen dat een CEO makkelijker een lening kan aangaan bij banken (Sarens et al., 2012).

Ten slotte kan de waarde van een dienst enkel geëvalueerd worden in het licht van de concurrentie, aangezien de waarde van een dienst in verhouding staat tot de waarde van een dienst van de concurrentie (Ulaga & Chacour, 2001).

3.2 Gepercipieerde waarde in dimensies

De definitie van Zeithaml (1988) stelt dus een afweging van wat verkregen is, de baten, en wat gegeven is, de kosten, voorop. In deze kosten-batenanalyse staan twee aspecten voorop, namelijk de prijs als kost en de kwaliteit als baat (Chang & Dibb, 2012). Critici vinden deze trade-off tussen kosten en baten echter te simplistisch en zeggen dat er nog andere elementen meespelen bij de bepaling van de gepercipieerde waarde (Sweeney & Soutar, 2001). Zo kunnen er ook emotionele voordelen voortvloeien uit goederen of diensten, terwijl, naast de investering in termen van prijs, ook de investering in termen van tijd en energie moet meegenomen worden (Kotler, 2002, in Chang & Dibb, 2012).

Om aan deze kritiek tegemoet te komen, splitsen Sweeney en Soutar (2001) gepercipieerde waarde op in vier dimensies: een emotionele, een sociale, een prijs- en een functionele dimensie. De gepercipieerde waarde hangt hier dus af van meerdere dimensies die breder zijn dan prijs en functionaliteit (Sheth, Newman, & Gross, 1991). Het aandeel van de dimensies binnen gepercipieerde waarde hangt bovendien af van situatie tot situatie. Wanneer een geauditeerd bedrijf bijvoorbeeld reeds als heel betrouwbaar wordt beschouwd door de stakeholders zonder de externe audit, zal de sociale dimensie, waaronder het verbeteren van de kwaliteit van de jaarrekeningen om meer vertrouwen te winnen van stakeholders, een kleinere rol spelen in verhouding tot de andere dimensies. Bij een startend bedrijf kan dit juist omgekeerd zijn, omdat dat bedrijf nog geen reputatie heeft opgebouwd en de stakeholders niet weten of het bedrijf al dan niet betrouwbaar is.

De indeling op basis van de vier dimensies van Sweeney en Soutar (2001) zal verder in deze masterproef gebruikt worden om gepercipieerde waarde te benaderen. In de volgende delen van dit hoofdstuk zullen de dimensies verder toegelicht worden en de oorzaken van een verbetering of achteruitgang van de perceptie van de CEO binnen die dimensie besproken worden. Per dimensie zullen er ten slotte hypothesen worden opgebouwd omtrent de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

3.2.1 Functionele dimensie

De functionele dimensie van een goed of dienst wordt gedefinieerd als het nut dat voorkomt uit de gepercipieerde kwaliteit en verwachte performantie van het product (Sweeney & Soutar, 2001, p. 211). Bij de kwaliteit wordt er hier vooral gedacht aan de duurzaamheid en betrouwbaarheid van het product en bovendien wordt deze dimensie samen met de prijsdimensie als de belangrijkste dimensie aangeduid (Sheth et al., 1991). Wanneer deze functionele dimensie wordt gezien in het licht van een audit, kan een kwaliteitsvolle audit bijvoorbeeld positief afstralen op de performantie van het bedrijf door onder andere een verbeterde kwaliteit van de financiële verslagen en extra advies dat gegeven wordt (Sarens et al., 2012).

Fontaine, Letaifa en Herda (2013) splitsen de waarde van een audit op in de kernwaarde van een audit en de toegevoegde waarde van een audit. De kernwaarde en tevens ook de kernopdracht van

de audit is de onafhankelijke controle en het opsporen en het rapporteren van fouten, zoals dit beschreven wordt in de definitie in punt 2.1. Het doel van de audit is dan ook de kwaliteit van de financiële verslagen te verbeteren en wanneer de CEO dit voordeel erkent, zal dit bijdragen tot een verbetering van de perceptie over auditing (Sarens et al., 2012).

Naast deze kernwaarde kan de auditor ook nog extra diensten aanbieden die dan de toegevoegde waarde van de audit vormen. Deze diensten kunnen extra informatie, advies en ondersteuning zijn, een belangrijke operationele hulp voor KMO's (Dries et al., 2011). Hierbij kan gedacht worden aan hulp bij het op peil brengen van het deugdelijk bestuur, de financiële structuur en gezondheid van een bedrijf (Sarens et al., 2012). Verder kan het bedrijf via de auditor beter geïnformeerd zijn over de best practices binnen de sector en de auditor om advies vragen wanneer ze administratieve vereenvoudigingen willen doorvoeren (Sarens et al., 2012). Ook kan deze audit een verbetering van de kwaliteit van interne controles met zich meebrengen (Sarens et al., 2012). De auditor moet een evaluatie maken van de werking van het interne controlesysteem en kan de interne afdeling of het management nieuwe inzichten verschaffen omtrent de regels rond de boekhouding en de jaarrekening en adviezen geven over deze onderwerpen (Dries et al., 2011). Dit kan de efficiëntie en betrouwbaarheid van de bedrijfsprocessen ten goede komen. Over het algemeen kan deze toegevoegde waarde van een audit nog een extra reden zijn voor de CEO om een audit als iets functioneel te ervaren.

De kernwaarde en de toegevoegde waarde van de audit kunnen dus aanleiding geven tot een verbetering van de functionele perceptie van de CEO over auditing. Naarmate de functionele perceptie van de CEO beter wordt, zal de CEO mogelijk zoveel mogelijk inlichtingen willen verschaffen aan de auditor omdat hij een zo hoog mogelijke kwaliteit wil bereiken. De CEO zal de auditor dus zo goed mogelijk proberen te helpen waar hij kan. Ook zal de CEO sneller de opmerkingen van de auditor, bijvoorbeeld over de interne controlesystemen, integreren. De auditor zal bijgevolg minder problemen ervaren bij de audit. Ook al is het aantal materiële fouten waarschijnlijk kleiner wanneer de CEO kwaliteit hoog in het vaandel draagt, toch zal de kans op het ontdekken van de overige materiële fouten stijgen omdat de auditor meer informatie krijgt van de CEO. Bijgevolg zal de auditor, volgens de definitie van DeAngelo (1981) die besproken werd in punt 2.2, een betere auditkwaliteit kunnen leveren.

Naarmate de functionele perceptie van de CEO slechter wordt, zal de CEO steeds minder het nut van een audit inzien. Dit zou kunnen betekenen dat de CEO de auditor zal tegenwerken door bijvoorbeeld minder inlichtingen te verschaffen of door geen rekening te houden met de opmerkingen van de auditor. Dit kan ervoor zorgen dat het uitvoeren van een audit een opgave wordt voor de auditor. Daarnaast is het mogelijk dat de auditor de klant tevreden wil houden en daardoor minder zal aandringen. Dit kan op zijn beurt leiden tot een lagere kans op ontdekking van materiële fouten, ook al is het aantal materiële fouten waarschijnlijk hoger dan bij een eerder goede functionele perceptie over auditing. Dit kan resulteren in een slechtere auditkwaliteit. Dit leidt tot volgende hypothese:

Hypothese 1: Wanneer de functionele perceptie van de CEO over auditing stijgt, zal de auditkwaliteit stijgen.

3.2.2 Sociale dimensie

De sociale dimensie van een goed of dienst is het nut dat voortkomt uit de verbetering van het sociale zelfbeeld (Sweeney & Soutar, 2001, p. 211). Een individu kan dus door middel van dit product geassocieerd worden met een of meerdere sociale, culturele of demografische groepen (Sheth et al., 1991). Deze associatie kan als beter of slechter ervaren worden door de persoon in kwestie. In de context van een audit kan een audit zo de goede prestaties van het bedrijf naar externe stakeholders toe bevestigen en kan het leiden tot meer vertrouwen bij verschillende partijen (Sarens et al., 2012), maar ook meer informatie vrijgeven aan onder andere de concurrentie (Veestraeten, 2014).

Een geauditeerde jaarrekening zal de informatieasymmetrie verminderen bij verschillende partijen, wat voor heel wat voordelen kan zorgen (Sarens et al., 2012). Deze voordelen kunnen mee resulteren in een verbetering van de perceptie van de CEO over auditing.

De agencykosten van schulden kunnen hierdoor bijvoorbeeld dalen. De intrestvoet die de onderneming moet betalen op leningen is gebaseerd op het risico dat de bank verwacht dat het loopt (Elliott & Jacobson, 1994). Door een audit zullen de financiële instellingen meer vertrouwen hebben in de jaarrekeningen, waardoor ze het risico beter kunnen inschatten en een lagere risicopremie zullen vragen. Hierdoor daalt de intrestvoet op leningen voor het bedrijf (Elliott & Jacobson, 1994; Minnis, 2011). Deze betere inschatting van het risico kan er ook voor zorgen dat banken gemakkelijker een lening toekennen aan het bedrijf in kwestie (Sarens et al., 2012). In diezelfde lijn kunnen gecontroleerde financiële verslagen ook een middel zijn om de toegang tot subsidies en andere steunmaatregelen te vereenvoudigen (Sarens et al., 2012).

Daarnaast kan een geauditeerde jaarrekening meer vertrouwen scheppen bij klanten, leveranciers en andere onderhandelingspartners, waardoor het onderhandelingsproces makkelijker zal gaan. De CEO kan bovendien ook veronderstellen dat een audit ervoor zorgt dat de fiscus minder controles zal uitvoeren. Ten slotte kan de audit een bevestiging zijn van de geloofwaardigheid van de CEO ten opzichte van de raad van bestuur en de aandeelhouders. Het aantrekken van nieuwe externe aandeelhouders of investeerders kan dan ook gemakkelijker gaan met behulp van een geauditeerde jaarrekening (Sarens et al., 2012).

Een audit heeft ook tot gevolg dat er meer informatie beschikbaar is voor stakeholders (Veestraeten, 2014). Veel bedrijven staan kritisch tegenover het geven van meer informatie, aangezien ze zo riskeren een deel van hun competitief voordeel te verliezen (Elliott & Jacobson, 1994). Zo kan het publiceren van hoge winsten de sector aantrekkelijk maken voor nieuwkomers. Het vrijgeven van meer informatie kan er dus voor zorgen dat de concurrentiepositie van het bedrijf in kwestie wordt bedreigd, waardoor de CEO de financiële staten mogelijk liever niet zal laten controleren door de auditor. Dit zal leiden tot een eerder slechte sociale perceptie van de CEO over auditing.

Als een CEO de voordelen van een audit, zoals die hierboven beschreven werden, inziet, kan de sociale perceptie verbeteren. Deze voordelen (bij bankiers, klanten, leveranciers...) worden echter

enkel bereikt wanneer de auditor een goedkeurend verslag geeft. Dit zou de CEO kunnen aanzetten om de auditor de informatie te geven die hij nodig heeft om zijn audit tot een goed einde te brengen. Ook al is het aantal materiële fouten waarschijnlijk kleiner door een eerder goede sociale perceptie van de CEO over auditing, zou dit kunnen leiden tot een grotere kans op het opsporen van de overige materiële fouten en dus een hogere auditkwaliteit.

Dit positief effect zou echter zwakker kunnen zijn dan het positief effect ten gevolge van de functionele dimensie (besproken in punt 3.2.1). De CEO werkt immers enkel mee omdat hij hoopt hiermee een goedkeurend verslag te verkrijgen. Er is dus in dat geval enkel extrinsieke motivatie om aan de audit mee te werken, in tegenstelling tot bij de functionele dimensie, waar hij intrinsiek gemotiveerd wordt om de auditor bij te staan. Wanneer deze extrinsieke motivatie zou wegvallen, en de CEO verwacht een goedkeurende verklaring te krijgen, kan het zijn dat de CEO niet meer geïnteresseerd is in het bijstaan van de auditor gedurende de externe audit in zijn bedrijf.

Wanneer de CEO een externe audit daarentegen aanvoelt als het vrijgeven van meer informatie, kan de CEO een eerder slechte sociale perceptie over auditing ontwikkelen. Omdat hij zo mogelijk riskeert om een deel van zijn competitief voordeel te verliezen, zou hij de auditor kunnen tegenwerken door hem bijvoorbeeld minder informatie te geven of door zijn opmerkingen niet aan te passen. Daarnaast wil de auditor de klant mogelijk te vriend houden en mogelijk zal de auditor daarom niet verder aandringen bij de klant. Dit zou kunnen leiden tot minder informatie voor de auditor en een kleinere kans op het detecteren van materiële fouten, hoewel deze materiële fouten waarschijnlijk meer voorkomen dan wanneer een CEO een eerder goede sociale perceptie heeft. Dit kan een lagere auditkwaliteit teweegbrengen, wat leidt tot volgende hypothese:

Hypothese 2: Wanneer de sociale perceptie van de CEO over auditing stijgt, zal de auditkwaliteit ook stijgen.

3.2.3 Emotionele dimensie

De emotionele waarde van een goed of dienst wordt omschreven als het nut dat voorkomt uit de gevoelens of andere gemoedstoestanden die een product oproept (Sweeney & Soutar, 2001, p. 211). Er worden dus bepaalde gevoelens of gemoedstoestanden gekoppeld aan het product of het product helpt om bestaande gevoelens of gemoedstoestanden te onderdrukken of te verlengen (Sheth et al., 1991). Wanneer dit product een audit is, kan een audit een emotionele invloed hebben op de CEO. Zo kan een audit de CEO gerust stellen over de financiële rapportering, kan de auditor een vertrouwensfunctie uitoefenen in familiebedrijven of een externe controle op het personeel uitvoeren, wat de emotionele perceptie over auditing kan verbeteren. De CEO kan de auditor echter ook als een last beschouwen, wat dan weer tot een eerder slechte perceptie over auditing kan leiden (Sarens et al., 2012).

Een audit kan de CEO en het management geruststellen omdat het een extra controle op het personeel is en een auditor kan het personeel het gevoel geven dat ze gecontroleerd worden (Sarens

et al., 2012). Dit zou tot een verbetering van de emotionele perceptie van de CEO over auditing kunnen leiden.

Verder kan een auditor de CEO het gevoel geven dat ze hem controleren en kan de loutere aanwezigheid van de auditor hem niet op zijn gemak doen voelen (Sarens et al., 2012). Dit is ook het geval wanneer de CEO zelf de intentie heeft om bedrijfsmiddelen voor zijn eigen belang aan te wenden of wanneer hij de bedoeling had om belastingen te ontduiken door minder winst te etaleren (Veestraeten, 2014). Bijgevolg zou de perceptie van de CEO in die situaties slechter kunnen worden.

Een CEO die alle wettelijke normen en standaarden volgt en in orde is met zijn jaarrekening kan evenwel ook een eerder slechte emotionele perceptie hebben over auditing. Wanneer een bedrijf, waarvan de oprichter ook CEO en hoofdaandeelhouder is, wegens goede prestaties bijvoorbeeld onderhevig is aan de wettelijke verplichting een auditor aan te stellen, kan de auditor in de ogen van de CEO een last vormen en afkerend staan ten opzichte van deze auditor (Sarens et al., 2012). In dit bedrijf speelt het agencyconflict van aandeelhouders, dat onder andere veroorzaakt wordt door de scheiding van eigendom en controle, veel minder dan bij bedrijven met deze scheiding en/of verdeeld aandeelhouderschap (zie punt 2.4.1). De CEO zal in dat geval afkerend staan ten opzichte van een audit, en bijgevolg ook de auditor. Dit kan ook het geval zijn bij een familiebedrijf waarbij elke partij vertrouwd wordt.

In deze setting kan een audit voor de CEO ook aanvoelen als tijdsverlies (Sarens et al., 2012). De auditor kan de CEO immers ten allen tijde storen in zijn werkzaamheden om hem meer inlichtingen te vragen en de CEO zal tijd moeten vrijmaken om met de auditor te overleggen (Kueppers & Sullivan, 2010; Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 137). Wanneer de CEO de externe audit dus als tijdsverlies beschouwt, zou dit de emotionele perceptie van de CEO kunnen verslechteren.

Ten slotte kan de CEO aanvoelen dat een externe audit zijn flexibiliteit beperkt of kan een negatieve ervaring omtrent auditing in het verleden een reden zijn waarom een CEO liever geen externe auditor aanstelt (Sarens et al., 2012).

Wanneer de auditor de CEO geruststelt over zijn financiële rapportering of personeel of de auditor een vertrouwensfunctie uitoefent in familiebedrijven, zal de emotionele perceptie van de CEO over auditing beter zijn. Dit kan ertoe leiden dat de CEO extra gemotiveerd zal zijn om de auditor bij te staan waar hij kan en mag. Dit kan leiden tot extra informatie voor de auditor, waardoor de kans op het opsporen van materiële fouten stijgt, ook al is het aantal materiële fouten hier kleiner door een eerder goede emotionele perceptie van de CEO. Hierdoor zal de auditor mogelijk een betere auditkwaliteit kunnen bereiken.

Het positief effect van de emotionele dimensie zou echter kleiner kunnen zijn dan het positief effect als gevolg van de functionele dimensie (besproken in punt 3.2.1). Bij de functionele dimensie zal de CEO actief meewerken, ook bij het toepassen van de opmerkingen van de auditor. Wanneer de CEO de auditor echter alleen als geruststelling, externe controle op personeel of iemand met een

vertrouwensfunctie ziet, zal hij mogelijk niet geneigd zijn om (evenveel) aanpassingen in, bijvoorbeeld, de bedrijfsprocessen te maken.

De emotionele perceptie van de CEO over auditing kan ook slecht zijn. Hij kan de auditor aanvoelen als een last, kan een audit tijdsverlies vinden, het gevoel krijgen dat de auditor hem controleert, zich gewoon ongemakkelijk voelen of slechte herinneringen hebben aan een auditor. Ook kan hij de aanwezigheid van de auditor niet appreciëren omdat hij bedrijfsmiddelen wil ontvreemden, winsten wil verlagen of zijn flexibiliteit niet beperkt wil zien. Als gevolg van deze eerder slechte perceptie zou de CEO geneigd kunnen zijn om de auditor tegen te werken. Zo kan hij het bijvoorbeeld nutteloos vinden om nog meer tijd en moeite in een audit te stoppen of kan hij opzettelijk tegenwerken om zijn slechte intenties te verdoezelen. De auditor zou op die manier minder of foutieve informatie ontvangen van de CEO, waardoor de auditor moeilijkheden kan hebben met het opsporen van materiële fouten. Dit kan uiteindelijk een lagere auditkwaliteit met zich meebrengen. Vandaar wordt volgende hypothese vooropgesteld:

Hypothese 3: Wanneer de emotionele perceptie van de CEO over auditing stijgt, zal de auditkwaliteit ook stijgen.

3.2.4 Prijsdimensie

De prijsdimensie van een goed of dienst is het nut dat voorkomt uit het product door de gepercipieerde vermindering van kosten op korte en lange termijn (Sweeney & Soutar, 2001, p. 211). Hier wordt vaak gekeken naar de waarde die men krijgt voor de prijs die men betaalt. In de context van de audit slaat de prijsdimensie dus op de verhouding van de auditfee en de baten die een audit met zich meebrengt. De CEO kan zo een audit als iets slecht percipiëren wanneer hij de auditor te duur vindt (Sarens et al., 2012).

De CEO kan de audit in het algemeen te duur vinden of te duur vinden voor de dienst die hij levert, waardoor het bedrijf kosten maakt die volgens de CEO niet nodig zijn (Sarens et al., 2012). Zo vond ongeveer één derde van de CEO's die geen wettelijke verplichting hebben een auditor aan te stellen het ereloon van de auditor te hoog. Deze verslechtering van de perceptie kan nog versterkt worden wanneer de CEO vindt dat een auditor eigenlijk geen meerwaarde biedt in vergelijking met een externe boekhouder of accountant.

Een eerder slechte prijsperceptie van de CEO over auditing kan dus het gevolg zijn van een te hoge absolute prijs, een slechte prijs-kwaliteitverhouding en van het feit dat hij geen meerwaarde ziet ten opzichte van een externe boekhouder of accountant. Gegeven dat een externe audit een verplichting is voor bepaalde bedrijven (zie punt 2.3), en alle bedrijven die onderzocht worden in deze masterproef, zal de kost van de externe audit echter elk jaar terugkomen. De CEO kan vervolgens op twee manieren reageren.

Ten eerste kan de CEO de auditkosten die hij wel in de hand heeft zo veel mogelijk beperken om verder zo weinig mogelijk kosten te maken, maar dit wel binnen de wettelijke grenzen. De Belgische wet schrijft bijvoorbeeld voor dat de auditor de CEO ten allen tijde om meer inlichtingen mag vragen (Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 137). Om toch de verdere kosten te beperken, kan de CEO hier slechts het minimum aan medewerking verlenen of zo weinig mogelijk personeel inschakelen om de auditor uitleg te geven of verder te helpen. Ook zou hij zijn meetings met de auditor of zijn aanpassingen naar aanleiding van de opmerkingen van de auditor kunnen beperken tot het hoogst noodzakelijke, zodat hij zo weinig mogelijk tijd (en dus ook geld van het bedrijf) moet investeren in de audit. Op deze manier zal de auditkwaliteit juist aan de standaarden voldoen of lager zijn dan deze standaarden.

De CEO zou ook op een andere manier kunnen reageren. Hij zou kunnen redeneren dat wanneer de kost toch gemaakt moet worden en wanneer hij de prijs toch te hoog vindt, hij beter zoveel mogelijk voordelen uit de audit kan halen. Aanpassingen zullen dus wel in grote mate doorgevoerd worden en de meetings met de auditor zullen zo goed mogelijk worden benut. De CEO zal ook proberen om alle hulp te verstrekken aan de auditor en zijn personeel vragen dit ook te doen. Omdat de auditor op deze manier meer informatie krijgt, zou de auditkwaliteit dan ook kunnen stijgen.

In deze masterproef zal er gekozen worden voor de eerste optie, namelijk het verstrekken van de minimale, wettelijke inlichtingen. Aangezien de CEO al gevoelig is aan de prijs en deze te hoog vindt, zal hij terughoudend zijn om nog verder tijd en geld te investeren in de voor hem reeds te dure audit. Hij is echter, zoals reeds vermeld, wettelijk gehouden om inlichtingen te geven aan de auditor en wanneer hij dit niet doet, kunnen hier nefaste gevolgen aan verbonden zijn (Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 137). Dit kan gaan van wettelijke gevolgen tot, in extreme gevallen, een onthoudend auditverslag door te weinig informatie. Ook kunnen stakeholders, met in het bijzonder de bestuurders en de aandeelhouders, er problemen mee hebben als de CEO niet meewerkt. Naarmate de perceptie van de CEO dus slechter wordt, zal de CEO geneigd zijn om minder inlichtingen aan de auditor te verschaffen. Hierdoor zal de auditkwaliteit juist aan de standaarden voldoen of mogelijk iets lager zijn dan deze standaarden.

Naarmate dat de perceptie van de CEO beter wordt, en als hij dus meer en meer de meerwaarde ten opzichte van een externe boekhouder of accountant inziet, het een goede prijs-kwaliteitverhouding vindt of als hij de prijs redelijk vindt, zal de CEO meer meewerken wanneer de auditor hem iets vraagt en zo meehelpt aan een goede auditkwaliteit. Hij zal dus meer inlichtingen verschaffen en meer opmerkingen van de auditor toepassen, waardoor de auditkwaliteit zal stijgen. Bijgevolg wordt volgende hypothese vooropgesteld:

Hypothese 4: Wanneer de prijsperceptie van de CEO over auditing stijgt, zal de auditkwaliteit stijgen.

3.3 Conclusie

De perceptie van de CEO over auditing kan onderverdeeld worden in vier verschillende dimensies: de functionele dimensie, de sociale dimensie, de emotionele en prijsdimensie. Rond de perceptie van de CEO over auditing is er slechts weinig onderzoek gevoerd, waardoor het niet duidelijk is of het een bedreiging vormt voor de onafhankelijkheid van de auditor. Toch is dit belangrijk om de kwaliteit van de audit te verzekeren, waardoor er verder onderzoek moet gevoerd worden naar de invloed van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit. Dit is dan ook wat er in deze masterproef beoogd wordt.

Hoofdstuk 4 De invloed van de grootte van het auditbedrijf en industriespecialisatie op auditkwaliteit

In dit hoofdstuk gaat de aandacht naar twee factoren die mogelijk een belangrijke invloed hebben op de auditkwaliteit: de grootte van het auditbedrijf en industriespecialisatie. Hierbij zal de theoretische link worden gelegd met de verschillende dimensies van de perceptie van de CEO over auditing en zullen hypothesen worden opgesteld rond een mogelijk modererend effect van de grootte van het auditbedrijf en van industriespecialisatie.

4.1 Grootte van het auditbedrijf

Alvorens aan te vangen met de bespreking van de grootte van het auditbedrijf, is het belangrijk het verschil tussen een auditbedrijf en een auditkantoor te duiden. Onder een auditbedrijf zal in deze masterproef het allesomvattende bedrijf verstaan worden. Een auditkantoor daarentegen slaat op één vestiging van een auditbedrijf. Als auditbedrijf zal dus het geheel van vestigingen bedoeld worden, terwijl er met een auditkantoor slechts één vestiging bedoeld wordt.

De grootte van auditbedrijven kan variëren van eenmanszaken tot nationale en internationale bedrijven (Dries et al., 2011). Onder de internationale bedrijven vallen de Big 4 bedrijven (KPMG, Deloitte, PricewaterhouseCoopers (PwC) en Ernst & Young) die samen vaak de meerderheid van het marktaandeel in handen hebben. In België is het aandeel van de Big 4 lager dan in andere landen. De verklaring hiervoor kan gezocht worden in het feit dat de gemiddelde grootte van een bedrijf dat verplicht is een auditor aan te stellen een stuk kleiner is dan in bijvoorbeeld de Verenigde Staten, waar enkel beursgenoteerde bedrijven verplicht zijn een auditor aan te stellen. Bovendien auditeren grote auditbedrijven meestal de grote bedrijven, terwijl kleinere auditbedrijven eerder kleinere bedrijven voorzien van een audit. Aangezien er in België heel wat kleinere bedrijven wettelijk verplicht zijn een commissaris aan te stellen, zijn er dus ook heel wat kleinere auditbedrijven actief op de auditmarkt in België.

De redenering achter een mogelijke invloed van de grootte van het auditbedrijf op de auditkwaliteit werd neergeschreven door DeAngelo (1981). Een grote auditor zal volgens haar minder snel toegeven aan de wensen van het management en zo een hogere auditkwaliteit afleveren omwille van twee redenen. Ten eerste heeft een grote auditor een hogere reputatie en een groter klantenbestand dan een klein auditbedrijf en dus heeft een grote auditor meer te verliezen wanneer ze fouten maakt of een lage auditkwaliteit verschaft. Ten tweede is één klant voor een grote auditor niet belangrijk vanwege zijn grote klantenportefeuille, waardoor het verlies van een klant zich niet zo goed laat voelen als bij kleinere auditbedrijven. Deze twee redenen zorgen ervoor dat de grote auditor meer kan aandringen dan een kleine auditor, bijvoorbeeld in het geval dat hij te weinig informatie kreeg om de audit mee uit te voeren of wanneer er (materiële) fouten in de jaarrekening zitten. Een klein auditbedrijf daarentegen is afhankelijker ten opzichte van zijn klanten. Het zal immers een kleiner klantenbestand hebben, waardoor elke klant een groter deel van hun inkomen

betekent. Bij conflicten met het management zal een klein bedrijf dan ook eerder instemmen met de klant, aangezien zij verwachten dat ze minder te verliezen hebben bij het instemmen met onjuiste financiële staten dan bij ontslag. Bij ontslag verliezen ze immers niet enkel hun reputatie, hoewel deze niet zo hoog is als bij een groot auditbedrijf, maar ook de verloning die ze krijgen.

Deze redenering is wel onderhevig aan twee assumpties (Aghaei Chadegani, 2011). Ten eerste veronderstelt DeAngelo (1981) impliciet dat een auditbedrijf een uniforme auditkwaliteit levert aan elke klant op elk gegeven tijdstip. Dit betekent dus dat alle kantoren van een Big 4 bedrijf dezelfde auditkwaliteit leveren door de jaren heen. Deze assumptie wordt echter door verschillende auteurs tegengesproken (Choi, Kim, Kim, & Zang, 2010; Francis, 2004; Francis & Yu, 2009). Ten tweede wordt de veronderstelling gemaakt dat alle Big 4 bedrijven homogeen zijn, net als alle niet-Big 4 bedrijven. Ook aan deze tweede assumptie kan niet worden voldaan: enkel al bij de niet-Big 4 bedrijven bestaan er wezenlijke verschillen. Zo behoort BDO bijvoorbeeld niet tot de Big 4, hoewel het ook een internationaal auditbedrijf is en de omvang van dit bedrijf niet te vergelijken valt met die van een eenmanszaak.

Naast deze redenering van DeAngelo (1981) wordt er ook vaak vanuit gegaan dat een groot auditbedrijf meer resources en expertise in huis heeft (Becker et al., 1998; Francis et al., 1999; Krishnan, 2003; Lin & Hwang, 2010). Zo kunnen ze beter de probleemgebieden vaststellen en de redenering van de GAAP beter volgen, waardoor ze sterker staan bij discussies met het management (Francis et al., 1999).

Wanneer we dit terugkoppelen naar de definitie van DeAngelo (1981) betekent dit dus dat grotere auditbedrijven meer technische vaardigheden, expertise en resources hebben ten opzichte van kleinere bedrijven en sneller fouten binnen de boekhouding van de klant zullen rapporteren (DeAngelo, 1981; Francis et al., 1999). Zowel (a) de technische vaardigheden als (b) de onafhankelijkheid van de auditor worden dus beter, wat volgens de definitie dan ook zorgt voor een hogere auditkwaliteit (Bartov, Gul, & Tsui, 2000).

Wetenschappelijke onderzoeken hebben dan ook al meermaals bewijs gevonden dat Big N bedrijven een hogere kwaliteit met zich meebrengen (Francis, 2004; Lin & Hwang, 2010). Zo werd er bewijs gevonden dat een Big 4 auditor die een audit moet uitvoeren in een bedrijf met hoge accruals uit voorzichtigheid sneller een aangepast auditrapport zal geven, terwijl hiervoor geen bewijs werd gevonden voor de niet-Big 4 bedrijven (Francis & Krishnan, 1999). Dit impliceert dat een Big 4 auditor een hogere auditkwaliteit verschaft dan niet-Big 4 auditors. Ook wanneer de kwaliteit van de financiële rapportering bekeken wordt, vinden veel onderzoekers het bewijs dat Big N bedrijven op dat gebied een hogere kwaliteit verschaffen (Becker et al., 1998; Francis et al., 1999; Van Tendeloo & Vanstraelen, 2008). Zo vinden onderzoekers lagere abnormale accruals voor Big 6 auditors, wat minder earnings management en een hogere earnings quality betekent (Becker et al., 1998; Francis et al., 1999).

Toch zijn er ook onderzoeken die geen bewijs vinden voor een kwaliteitsverschil tussen Big 4 en niet-Big 4 bedrijven. Zo vindt men bijvoorbeeld in een Belgische studie geen bewijs dat Big 6 auditors

minder earnings management toelaten dan niet-Big 6 auditors (Sercu, Vander Bauwhede, & Willekens, 2002, in Vander Bauwhede & Willekens, 2004). Ook vonden Vander Bauwhede en Willekens (2004) geen verband tussen de onverwachte accruals bij niet-beursgenoteerde Belgische bedrijven. Wanneer ze echter een jaar eerder enkel de grootste categorie van bedrijven als steekproef namen, vonden ze wel dat Big N klanten minder winstverlagende onverwachte accruals hadden dan niet-Big N klanten (Vander Bauwhede et al., 2003). Voor de winstverhogende onverwachte accruals vonden ze toen geen verband. Als reden voor deze afwijkende bevindingen halen ze aan dat er geen risico is op een rechtszaak bij winstverlagende onverwachte accruals, terwijl dit wel het geval is voor winstverhogende onverwachte accruals.

In de academische literatuur wordt er echter doorgaans aangenomen dat een Big N auditor een betere auditkwaliteit verschaft dan een niet-Big N auditor (Francis, 2004). Een kanttekening die hier gemaakt moet worden is dat deze onderzoeken meestal aantonen dat Big N bedrijven als groep een betere auditkwaliteit afleveren. Ze tonen dus niet aan dat elk Big 4 bedrijf beter is dan elk ander niet-Big 4 bedrijf. Tijdens een meta-analyse werd dan ook nogmaals aangetoond dat Big N auditoren minder onverwachte accruals toelaten dan hun collega's in niet-Big N bedrijven (Lin & Hwang, 2010). De onderzoeken die dit verband niet vinden zullen in deze masterproef dan ook als uitzonderingen worden beschouwd.

Als de empirische resultaten samengenomen worden met de theorie van DeAngelo (1981) en de grotere hoeveelheid kennis en resources bij de Big 4 bedrijven, ontstaan er aanwijzingen voor een modererend effect van Big 4 bedrijven op de relatie tussen de dimensies van de perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

Zoals besproken in punt 3.2 bij hypothese 1 t.e.m. 4, wordt er voor elke dimensie aangenomen dat naarmate de perceptie van de CEO over auditing beter wordt, de auditkwaliteit beter zal zijn omdat de CEO gemotiveerd is om de auditor te helpen. Wanneer het bedrijf een Big 4 auditor als commissaris heeft, zou dit effect nog kunnen versterken. Er wordt immers aangenomen dat een Big 4 auditor meer kennis en resources heeft en zo de auditkwaliteit nog verder kan verbeteren, zoals reeds eerder werd besproken. Naarmate de perceptie slechter wordt, zal de CEO proberen om de auditor tegen te werken. Een Big 4 auditor kan hier mogelijk tegen ingaan. Hij heeft immers, zoals DeAngelo (1981) schreef, de mogelijkheid en de stimulans dit te doen: hij heeft een reputatie opgebouwd die hij hoog wil houden en het risico op ontslag treft hem niet zo erg omdat hij een groot aantal klanten heeft. Een Big 4 auditor zou het effect van een slechter wordende functionele perceptie op de auditkwaliteit dus kunnen verzwakken. Bijgevolg worden volgende hypothesen vooropgesteld:

Hypothese 5: Wanneer het bedrijf een Big 4 auditor als commissaris aanstelt, zal dit een versterkend modererend effect hebben op de relatie tussen de functionele perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

Hypothese 6: Wanneer het bedrijf een Big 4 auditor als commissaris aanstelt, zal dit een versterkend modererend effect hebben op de relatie tussen de sociale perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

Hypothese 7: Wanneer het bedrijf een Big 4 auditor als commissaris aanstelt, zal dit een versterkend modererend effect hebben op de relatie tussen de emotionele perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

Hypothese 8: Wanneer het bedrijf een Big 4 auditor als commissaris aanstelt, zal dit een versterkend modererend effect hebben op de relatie tussen de prijsperceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

4.2 Industriespecialisatie

Een industriespecialist kan worden omschreven als "a firm that has differentiated itself from its competitors in terms of market share within a particular industry" (Neal & Riley, 2002, in Minutti-Meza, 2013, p. 170). Auditbedrijven zouden kunnen kiezen om zich te specialiseren in bepaalde sectoren om zo een hogere auditkwaliteit te leveren en meer auditfees te ontvangen. Industriespecialisatie creëert immers meer vraag naar hun audits door middel van differentiatie en schaalvoordelen bij het investeren in o.a. nieuwe audittechnieken (Gramling & Stone, 2001). Bovendien zorgt de specialisatie in een bepaalde sector voor een barrière voor concurrenten die deze markt willen betreden. Ook komen specialisten geloofwaardiger over en kunnen ze beter earnings management beperken, wat een extra reden is waarom ze een hogere auditfee kunnen vragen (Krishnan, 2003).

Van auditbedrijven die zich specialiseren in een bepaalde sector wordt aangenomen dat ze een hogere auditkwaliteit verschaffen omwille van verschillende redenen (Dries et al., 2011). Ten eerste hebben specialisaties in bepaalde sectoren tot gevolg dat auditbedrijven sneller zullen investeren in de opleiding van de werknemers, het aantal werknemers, faciliteiten, controlesystemen en in de informatietechnologie en de laatste audittechnieken in de sector (Dopuch & Simunic, 1982, in Gramling & Stone, 2001; Huang & Liang, 2014). Op deze manier kunnen ze beter inspelen op de behoeftes van de klant, waardoor industriespecialisatie kan gezien worden als een soort differentiatie ten opzichte van de concurrentie (Aghaei Chadegani, 2011; Watkins et al., 2004).

Daarnaast speelt meer kennis en ervaring over de sector een rol bij industriespecialisatie. Auditors gespecialiseerd in bepaalde sectoren worden immers meer gevraagd binnen de sector, waardoor ze meer kennis en ervaring kunnen opdoen in de sector (Dries et al., 2011). Ze begrijpen de kenmerken en de trends van de sector dan ook beter, waardoor ze effectievere en efficiëntere audits voortbrengen (Krishnan, 2003). Deze kennis en ervaring maakt het voor de auditor mogelijk om betere risico-evaluaties te maken in het bedrijf dat geauditeerd moet worden (Minutti-Meza, 2013). Dit kan leiden tot het aanpassen van de testen en een andere toewijzing van de uren. Ze zijn ook nauwkeuriger in het opsporen van fouten, beter in het uitvoeren van analytische procedures en houden zich beter aan de auditstandaarden (Balsam et al., 2003; Wright & Wright, 1997, in Knechel et al., 2013; O'Keefe, King, & Gaver, 1994, in Minutti-Meza, 2013).

Deze kennis, ervaring en investeringen zorgen ervoor dat een auditor de financiële verslagen, met in het bijzonder de redelijkheid van de schattingen van het management, beter kan evalueren dan zijn collega's die niet gespecialiseerd zijn in die sector (Kwon, 1996, in Gramling & Stone, 2001). Dit laat minder vrijheid voor de klant om schattingen te maken die in zijn voordeel spelen, wat een betere auditkwaliteit met zich meebrengt.

Ten slotte kan ook hier het reputatie-element spelen zoals dat aan bod kwam bij de bespreking van de grootte van het auditbedrijf in het vorige deel. Een auditbedrijf gespecialiseerd in een bepaalde sector heeft een reputatie opgebouwd binnen deze sector (Krishnan, 2003). Wanneer hij deze reputatie verliest, kan hij mogelijk veel klanten verliezen en dus zal hij geneigd zijn een constante hogere auditkwaliteit te bieden. Ook is de auditfee vaak hoger voor industrieleiders en kunnen ze deze verliezen wanneer ze door hun reputatieverlies een klant in de sector verliezen (Francis, 2004).

Industriespecialisatie is niet waarneembaar, waardoor er meerdere proxies voor bestaan (Balsam et al., 2003). De meeste maatstaven zijn, zoals de definitie in het begin van dit deel aangeeft, gebaseerd op marktaandeel omdat ze veronderstellen dat specialisatie opgebouwd kan worden door een hogere reputatie in bepaalde sectoren, waardoor de industriespecialisten in die sector meer gevraagd worden en meer ervaring kunnen opdoen. Aan de hand kan van dit marktaandeel kan dan op relatieve, bijvoorbeeld de grootste aanbieder in de sector, of absolute wijze, bijvoorbeeld iedereen met een marktaandeel groter dan 20%, bepaald worden wie industriespecialist is (Audoussert-Coulier, Jeny, & Jiang, 2016).

Bij de berekening van het marktaandeel kan dan gekeken worden naar de opbrengsten die een bepaald auditbedrijf in een bepaalde sector heeft gegeneerd ten opzichte van het totaal van zijn opbrengsten over alle sectoren (Balsam et al., 2003). Deze opbrengsten kunnen gemeten worden op basis van de auditfees die de auditbedrijven ontvangen voor hun audit, de omzet van de klant en het aantal klanten van een auditbedrijf (Audoussert-Coulier et al., 2016). De omzet van de klant en het aantal klanten van een auditbedrijf worden echter gebruikt als proxies voor de auditfees omdat deze niet altijd publiek beschikbaar zijn. Ook kan worden beargumenteerd dat auditfees een betere maatstaf zijn voor industriespecialisatie, aangezien zij beter de inspanningen van de auditor meten. Ze zijn dan ook bepaald op basis van de grootte van de klant, de complexiteit van de klant en het risico verbonden aan het auditeren van de klant.

Onderzoek bevestigt dat industriespecialisatie een hogere auditkwaliteit meebrengt (Lin & Hwang, 2010). Zo werd er een hogere Earnings Response Coefficient, een maatstaf voor auditkwaliteit, voor industriespecialisten gevonden en kunnen de cashflows van gespecialiseerde auditbedrijven beter voorspeld worden (Balsam et al., 2003; Gramling & Stone, 2001). Deze auditbedrijven hadden bovendien minder problemen met de Amerikaanse beurswaakhond Securities and Exchange Commission (SEC) in het verleden en er kan ook via de financiële rapporteringskwaliteit aangetoond worden dat industriespecialisten een hogere auditkwaliteit verschaffen (Carcello & Nagy, 2002, in Balsam et al., 2003; Francis, 2004; Minutti-Meza, 2013). Zo werden er minder onverwachte accruals aangetroffen bij bedrijven die geauditeerd werden door industriespecialisten (Balsam et al., 2003; Krishnan, 2003).

Over het algemeen kan er dus gesteld worden dat industriespecialisten met behulp van hun kennis, resources en ervaring voor een hogere auditkwaliteit kunnen zorgen en geneigd zijn om deze auditkwaliteit hoog te houden door de reputatie die ze opgebouwd hadden en de voordelen die daarbij horen. Ook hier kan er een modererend effect optreden met betrekking tot de relatie tussen de dimensies van de perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit. Met betrekking tot de dimensies werd er vooropgesteld dat een verbetering van de perceptie zou kunnen leiden tot meer motivatie om de auditor te helpen (zie hypothese 1 t.e.m. 4 in punt 3.2). Zo zou het mogelijk zijn om een betere auditkwaliteit te bekomen. Een industriespecialist kan hier nog aan bijdragen door middel van de kennis, ervaring en resources die hij tot zijn beschikking heeft. Hierdoor zou de auditkwaliteit nog verder kunnen stijgen. Naarmate de perceptie van de CEO slechter wordt, zou de CEO de auditor steeds meer kunnen tegenwerken en zo voor een lagere auditkwaliteit kunnen zorgen. Een industriespecialist zou hier, net als een Big 4 auditor, de neiging hebben om dit niet te laten gebeuren om zo zijn reputatie hoog te houden. Door tegen de CEO in te gaan, kunnen ze mogelijk toch een goede auditkwaliteit bieden. Hierdoor zullen volgende hypothesen worden vooropgesteld:

Hypothese 9: Wanneer het bedrijf een industriespecialist als commissaris aanstelt, zal dit een versterkend modererend effect hebben op de relatie tussen de functionele perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

Hypothese 10: Wanneer het bedrijf een industriespecialist als commissaris aanstelt, zal dit een versterkend modererend effect hebben op de relatie tussen de sociale perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

Hypothese 11: Wanneer het bedrijf een industriespecialist als commissaris aanstelt, zal dit een versterkend modererend effect hebben op de relatie tussen de emotionele perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

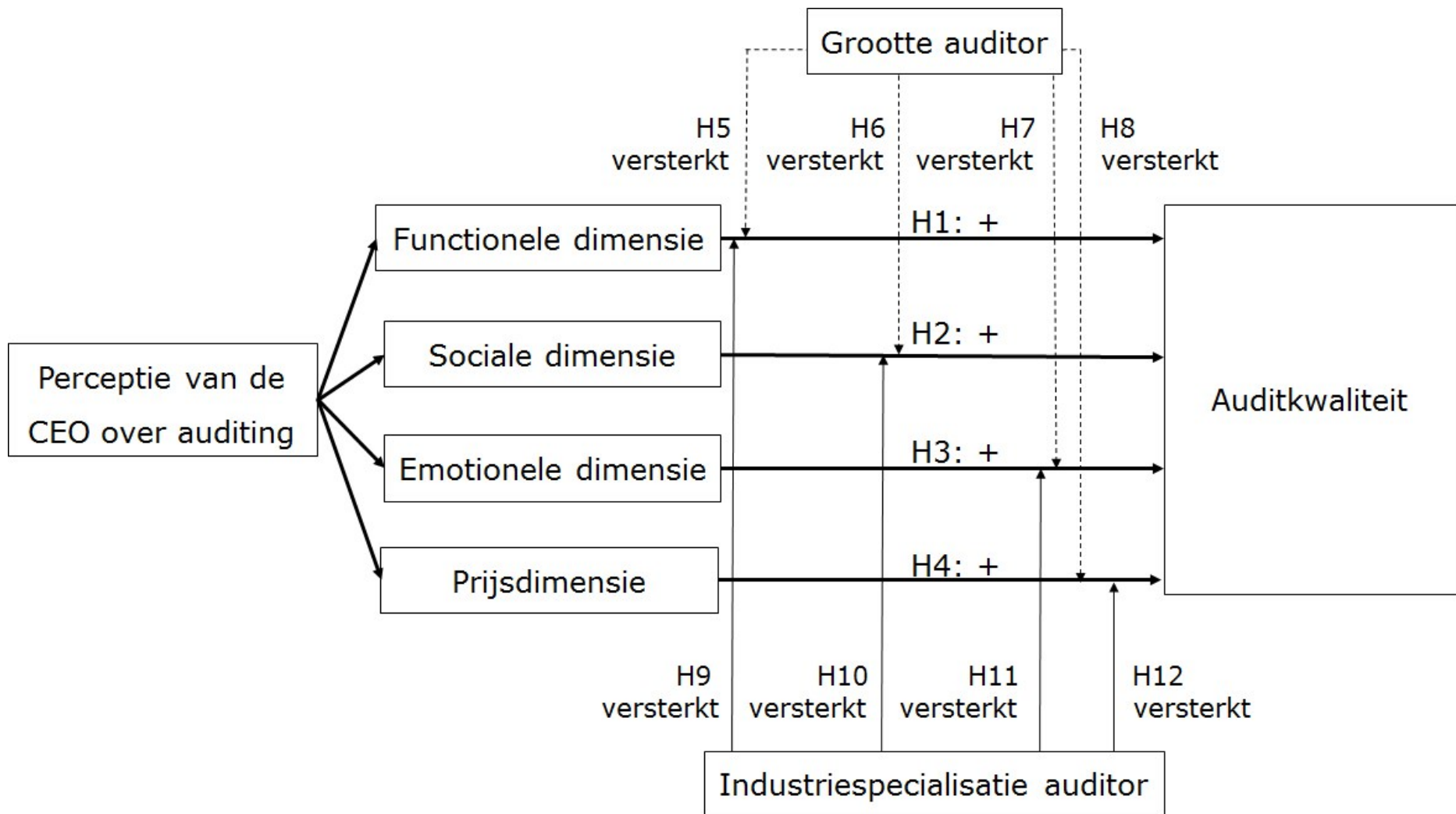
Hypothese 12: Wanneer het bedrijf een industriespecialist als commissaris aanstelt, zal dit een versterkend modererend effect hebben op de relatie tussen de prijsperceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit.

4.3 Conclusie

Over het algemeen wordt gesteld dat zowel een groter auditbedrijf als industriespecialisatie een versterkend modererend effect hebben op de auditkwaliteit, omdat ze meer kennis, ervaring en resources hebben om de audit uit te voeren en omdat ze de neiging hebben om hun reputatie te beschermen. Deze kenmerken zouden ook een effect kunnen hebben op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit, waardoor er hypothesen werden opgesteld met betrekking tot een modererend effect op deze relatie. Er zou immers synergie kunnen ontstaan wanneer een auditor die meer kennis en ervaring ter beschikking heeft, kan samenwerken met een gemotiveerde CEO. Naarmate deze perceptie minder goed tot slecht wordt, is het mogelijk dat een

auditor met reputatie meer zal aandringen bij een tegenwerkende CEO. Dit zou in beide gevallen leiden tot een hogere auditkwaliteit.

Tijdens dit en het vorige hoofdstuk werden in totaal twaalf hypothesen opgebouwd. Deze hypothesen, die afgebeeld staan op volgend conceptueel model, zullen tijdens het empirisch onderzoek getest worden.



Hoofdstuk 5 Maatstaven van auditkwaliteit

In de vorige hoofdstukken werden de hypothesen besproken met betrekking tot de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit. Voor aan het empirisch onderzoek begonnen kan worden, moet bepaald worden hoe het concept "auditkwaliteit" gemeten kan worden. Een belangrijk kenmerk van auditkwaliteit is echter het feit dat men auditkwaliteit, evenals het falen van een audit, niet kan observeren (Balsam et al., 2003; Palmrose, 1988; Watkins et al., 2004). Bovendien kan geen enkele karakteristiek van een auditor dienen als goede proxy voor auditkwaliteit (Balsam et al., 2003). Een maatstaf vinden voor auditkwaliteit is dus geen gemakkelijke opgave en het verklaart waarom er in de literatuur al veel maatstaven van auditkwaliteit gebruikt werden. Dit deel geeft een overzicht van enkele maatstaven, met als doel het vinden van een geschikte maatstaf voor auditkwaliteit voor deze masterproef.

In de literatuur werden heel wat maatstaven ontworpen op basis van de uitkomsten van het auditproces. Hierbij kan er gekeken worden naar ongunstige gevolgen van een auditfaling, zoals aanklachten tegen de auditor en wettelijke sancties, en de geauditeerde financiële verslagen (Francis, 2004; Knechel et al., 2013).

5.1 Ongunstige gevolgen van een auditfaling

Wanneer geauditeerde financiële staten niet voldoen aan de GAAP of de auditor het verkeerde auditverslag uitgeeft gezien de omstandigheden, wordt er gesproken van een auditfaling (Francis, 2004). Een auditfaling geeft vanzelfsprekend een lage auditkwaliteit aan en kan verschillende ongunstige gevolgen met zich meebrengen. Twee voorbeelden van gevolgen zijn sancties van overheidswege, zoals de Amerikaanse sancties uitgevaardigd door de SEC en aanklachten tegen de auditor (Balsam et al., 2003; Francis, 2004; Palmrose, 1988). Palmrose (1988) vond bijvoorbeeld dat non-Big 8 bedrijven als groep meer aanklachten tegen hun auditors hebben gekregen dan de Big 8 bedrijven, wat zou kunnen impliceren dat Big 8 bedrijven een hogere auditkwaliteit verschaffen.

Ongunstige gevolgen, zoals sancties en aanklachten, komen echter enkel voor wanneer de auditfaling ook ontdekt wordt door externe partijen (Francis, 2011). Dit kan ervoor zorgen dat deze maatstaven (sancties en aanklachten tegen de auditor) het echte aantal auditfalingen kan onderschatten. Bovendien worden de maatregelen naar aanleiding van een auditfaling enkel genomen in extreme gevallen. Een aanklacht tegen de auditor is bijvoorbeeld eerder de uitzondering dan de regel, onder andere door de hoge kosten die hieraan verbonden zijn. Dit geldt zeker in België: in België stapt men veel minder snel naar de rechter dan in bijvoorbeeld de Verenigde Staten, met als gevolg dat de cijfers voor deze maatstaven in België zeer beperkt zouden zijn (Vander Bauwhede et al., 2003). Voorgaande nadelen zijn ook de redenen waarom deze maatstaven niet gebruikt zullen worden in dit onderzoek en dus niet verder beschreven zullen worden.

5.2 Geauditeerde financiële staten

Een andere uitkomst van het auditproces zijn de geauditeerde financiële staten (Francis, 2011). Auditkwaliteit kan vervolgens ook benaderd worden door de kwaliteit van de financiële staten, namelijk de financiële rapporteringskwaliteit, te bestuderen. Een belangrijke opmerking die hierbij gemaakt moet worden is dat de auditor niet de enige is die verantwoordelijkheid draagt voor de kwaliteit van de financiële verslagen (Kueppers & Sullivan, 2010). De raad van bestuur draagt nog steeds de primaire verantwoordelijkheid voor de financiële verslagen, maar ook de interne auditors en het auditcomité zijn, indien deze functies bestaan binnen het bedrijf, verantwoordelijk voor de kwaliteit van de gepubliceerde financiële verslagen. Toch kan de financiële rapporteringskwaliteit gebruikt worden voor het benaderen van auditkwaliteit, aangezien eerder onderzoek een directe causale link vond tussen auditbedrijven die een lage auditkwaliteit verschaften aan klanten en een lage winstkwaliteit voor alle klanten van zulke bedrijven (Francis, 2011).

Een belangrijke en veel gebruikte maatstaf die gebaseerd is op de financiële rapporteringskwaliteit, is de winstkwaliteit of de earnings quality (Balsam et al., 2003; Francis, 2011). Hierbij wordt een hogere earnings quality geassocieerd met meer informatie over de financiële prestaties van een bedrijf die kan helpen om een beslissing te maken (Dechow, Ge, & Schrand, 2010). Het management kan, door de informatieasymmetrie beschreven in punt 2.4, de informatie over de financiële prestaties, waaronder de winst, bewust beperken of manipuleren door bepaalde keuzes te maken doorheen het boekhoudproces en zo de prestaties van het bedrijf beter voorstellen dan die in werkelijkheid zijn (Cohen, Krishnamoorthy, & Wright, 2004). Deze bevooroordeelde keuzes zorgen ervoor dat de gebruikers van de financiële verslagen minder accurate beslissingen zullen kunnen maken en de earnings quality zal dalen (Dechow et al., 2010).

Het is de taak van de auditor om de keuzes van het management te evalueren en ervoor te zorgen dat er zo weinig mogelijk bevooroordeelde keuzes gemaakt worden die de beslissingen van de gebruikers beïnvloeden (Cohen et al., 2004). Er wordt hierbij vaak aangenomen dat een auditbedrijf van hogere kwaliteit, in vergelijking met een auditbedrijf van lagere kwaliteit, meer bekwame individuen zal aannemen die bovendien effectievere tests zullen uitvoeren (Bartov et al., 2000). Voor auditbedrijven van hoge kwaliteit is het zo mogelijk om sneller fouten, onregelmatigheden en abnormale boekhoudkeuzes en -praktijken te detecteren en deze te rapporteren of aan het management te vragen deze aan te passen (Bartov et al., 2000; Becker et al., 1998). Een hoge auditkwaliteit kan er dus voor zorgen dat de financiële verslagen meer nauwkeurige informatie bevatten, met een hogere earnings quality tot gevolg.

Ook voor earnings quality geldt echter dat het niet observeerbaar is, waardoor er verschillende indirecte maatstaven gebruikt zijn in de literatuur (Balsam et al., 2003). De twee meest gebruikte maatstaven zijn de Earnings Response Coefficient (ERC) en earnings management (Dechow et al., 2010).

5.2.1 Earnings Response Coefficient

De eerste maatstaf van earnings quality is de Earnings Response Coefficient (ERC) (Balsam et al., 2003). De ERC meet hoe de kapitaalmarkt reageert als gevolg van verrassingen omtrent de winst. Een hogere auditkwaliteit kan hier de gepercipieerde onzekerheid van de gepresenteerde cijfers verminderen en de markt zou dus negatiever reageren bij verrassingen in de winst wanneer het bedrijf geauditeerd werd door een auditor van hoge kwaliteit. Dit zou leiden tot een hogere ERC. Deze maatstaf kan echter niet gebruikt worden aangezien dit onderzoek zich in private context afspeelt en het zou dus ook niet zinvol zijn deze maatstaf uitgebreid te bespreken.

5.2.2 Earnings management

Een vaak gebruikte maatstaf van earnings quality is earnings management (Francis, 2011). Earnings management wordt doorgaans als volgt gedefinieerd:

Earnings management occurs when managers use judgment in financial reporting and in structuring transactions to alter financial reports to either mislead some stakeholders about the underlying economic performance of the company or to influence contractual outcomes that depend on reported accounting numbers (Healy & Wahlen, 1999, p. 368).

Bij deze definitie moet echter wel opgemerkt worden dat earnings management niet altijd dient om stakeholders te misleiden of om de gevolgen van contracten te manipuleren (Healy & Wahlen, 1999). Wanneer een manager bijvoorbeeld zou kiezen om een activum degressief af te schrijven in plaats van lineair omdat dit beter de levensduur van het activum benadert, zal er ook gesproken worden van earnings management, terwijl de manager op die manier eigenlijk juist meer informatie geeft aan de gebruikers van de financiële verslagen. Dit toont aan dat de grijze zones die boekhoudstandaarden met zich meebrengen, en dus keuzes van het management inhouden, zowel in het voordeel als in het nadeel van de gebruikers van de financiële staten kunnen spelen.

Er wordt echter van managers verwacht dat ze altijd, zij het in meerdere of mindere mate, aan earnings management doen. Hierop zullen stakeholders anticiperen. Uit onderzoek blijkt immers dat het aantal bedrijven dat een klein verlies maakt of slechts een kleine daling van de winst naar buiten brengt kleiner is dan men normaal gezien zou mogen verwachten (Graydon Belgium NV, 2008). In de academische literatuur wordt dan ook aangenomen dat tekenen van meer earnings management in de geauditeerde financiële staten een indicatie zijn voor een lagere auditkwaliteit, hoewel earnings management niet noodzakelijk een overtreding van de GAAP inhoudt (Francis & Yu, 2009).

De meeste studies gebruiken accruals om earnings management te meten omdat dit een directe maatstaf is (Balsam et al., 2003; Becker et al., 1998; Dechow et al., 1995; Lin & Hwang, 2010). Accruals kunnen worden omschreven als het verschil tussen de winst en de operationele cashflow (Francis & Krishnan, 1999, p. 143). Hierbij zijn er positieve of winstverhogende accruals wanneer de winst groter is dan de cashflow en negatieve of winstverlagende accruals wanneer de winst kleiner

is dan de cashflow. De redenering gaat als volgt: hoe verder de winst afwijkt van de cashflow, hoe groter het risico is dat het management slechte schattingen heeft gemaakt of dat ze doelbewust de winst hebben gemanipuleerd (Dechow et al., 2010).

Accruals worden meestal gesplitst in verwachte en onverwachte accruals met behulp van accrualmodellen (Dechow et al., 2010). Hierbij zijn de onverwachte accruals de accruals die niet te verklaren zijn door de ondernemingsgrootte, -groei of de sector waartoe de onderneming behoort (Dries et al., 2011, p. 51). Dit komt ook naar voor in het accrualmodel in vergelijking (1). Hier wordt gecontroleerd voor ondernemingsgroei door middel van de verandering in omzet, voor de afschrijvingen en ondernemingsgrootte door middel van de materiële vaste activa en voor sector, aangezien de regressie per sector wordt uitgevoerd. Meestal wordt er vanuit gegaan dat hoe hoger deze onverwachte accruals zijn, hoe meer de winst gemanipuleerd is (Bartov et al., 2000). Onverwachte accruals worden vaak gebruikt als maatstaf van earnings management omdat accruals de informatie gepresenteerd in financiële staten minder nuttig maken om beslissingen te nemen, ongeacht of ze fouten bevatten of gemanipuleerd zijn (Dechow et al., 2010). Meer onverwachte accruals zijn dus, volgens de vorige gedachtegang, een indicatie voor meer earnings management, een lagere earnings quality en een lagere auditkwaliteit.

Uit onderzoek blijkt dat de meeste accrualmodellen earnings management kunnen opsporen (Bartov et al., 2000; Dechow et al., 1995). Het Jones (1991) model en het Modified Jones Model van Dechow et al. (1995) worden hierbij aangeduid als de beste accrualmodellen. Het Jones (1991) model, zoals afgebeeld in vergelijking (1), en zijn afgeleide modellen, zoals het Modified Jones Model van Dechow et al. (1995) in vergelijking (2), krijgen de voorkeur omdat dit model controleert voor de effecten van een verandering in de bedrijfseconomische omstandigheden door de groei in omzet en investeringen mee te nemen (Bartov et al., 2000).

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_i \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_{1i} \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_{2i} \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

waarbij:

- TA_{it} : totale accruals voor onderneming i in jaar t
- ΔREV_{it} : omzet in jaar t verminderd met de omzet in jaar t-1 voor onderneming i
- PPE_{it} : aanschafwaarde van terreinen, gebouwen en machines van onderneming i in jaar t
- A_{it-1} : totale activa voor onderneming i in jaar t-1
- ε_{it} : residuele term voor jaar t en onderneming i

Het Jones (1991) model neemt echter aan dat er geen winst gemanipuleerd wordt door middel van de opbrengsten (Dechow et al., 1995). Wanneer dit wel gebeurt, zullen deze accruals tot de verwachte accruals worden geteld, hoewel ze eigenlijk tot de onverwachte accruals behoren. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn als men opbrengsten boekt op jaareinde terwijl de kans op betaling van de vorderingen verbonden aan deze opbrengsten klein is.

Het Modified Jones Model van Dechow et al. (1995) is zo ontworpen dat de voorgenoemde fout niet meer voorkomt, waardoor dit model het meest gangbare is in de huidige literatuur (Bartov et al., 2000; Chen, 2012). Zo wordt de verandering in opbrengsten gecorrigeerd voor de verandering in vorderingen. Het Modified Jones model ziet eruit als volgt:

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_i \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_{1i} \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_{2i} \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

waarbij:

- TA_{it} : totale accruals voor onderneming i in jaar t
- ΔREV_{it} : omzet in jaar t verminderd met de omzet in jaar t-1 voor onderneming i
- ΔREC_{it} : vorderingen in jaar t verminderd met de vorderingen in jaar t-1 voor onderneming i
- PPE_{it} : aanschafwaarde van terreinen, gebouwen en machines van onderneming i in jaar t
- A_{it-1} : totale activa voor onderneming i in jaar t-1
- ε_{it} : residuele term voor jaar t en onderneming i

Hoewel dit model de meest verklarende kracht heeft, is het uitgangspunt wel dat alle verkopen op krediet een resultaat zijn van earnings management (Bartov et al., 2000; Dechow et al., 1995). Ook dit uitgangspunt klopt niet helemaal en geen enkel model is dus perfect.

Bovendien krijgen de cross-sectionele versies van deze modellen de voorkeur boven de modellen waarbij tijdreeksen worden gebruikt (Bartov et al., 2000). Uit testen blijkt dat de verklarende kracht van de cross-sectionele versies niet lager is dan diegene van de modellen die tijdreeksen gebruiken. Bij modellen met tijdreeksen zijn bovendien gegevens over meerdere jaren nodig, wat kan leiden tot een kleinere steekproef door ontbrekende waarden doorheen de jaren. Ook zullen bij dit model de bedrijven die gestart zijn na het begin van deze periode immers niet worden opgenomen. Daarnaast speelt de survivorship bias hier een rol: enkel de bedrijven die niet failliet gingen doorheen de jaren worden opgenomen in de steekproef. Deze redenen verklaren waarom veel onderzoekers kozen voor de cross-sectionele modellen (Balsam et al., 2003; Becker et al., 1998; Cheng & Leung, 2012; Francis et al., 1999; Huang & Liang, 2014; Krishnan, 2003).

5.3 Conclusie

Uit dit hoofdstuk blijkt dat er reeds heel wat maatstaven gebruikt werden om auditkwaliteit te benaderen. Om auditkwaliteit te meten in dit onderzoek zullen onverwachte accruals, en dus earnings management, gebruikt worden. Dit is niet enkel courant in de literatuur, maar staat ook toe om de mate waarin earnings management gebruikt wordt in te schatten. Dit geeft een beter idee van de auditkwaliteit. Dit is niet mogelijk met dichotome schalen die werken met het al dan niet krijgen van sancties en aanklachten. De ERC zou dit wel kunnen, maar zoals reeds aangehaald is deze maatstaf niet bruikbaar in de private context.

Om deze onverwachte accruals te berekenen, zal het cross-sectionele Modified Jones Model van Dechow et al. (1995) gebruikt worden. Hierin volgen we de literatuur die stelt dat dit een van de beste modellen is die er reeds ontwikkeld werden.

Hoofdstuk 6 Onderzoeksmethodologie

Alvorens het onderzoek te starten en de invloed van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit te meten, moesten er data verzameld worden. Deze dataverzameling zal besproken worden in het eerste deel van dit hoofdstuk. De verschillende variabelen die gebruikt worden in het empirisch onderzoek worden besproken in het tweede deel van dit hoofdstuk.

6.1 Dataverzameling

Het eerste luik binnen de onderzoeksmethodologie is de dataverzameling. Data werden voornamelijk verzameld via de Bel-First database, een vragenlijst over de perceptie van de CEO over auditing en de jaarrekeningen neergelegd bij de Balanscentrale van de Nationale Bank van België (NBB). Daarnaast werd de Trends Top database gebruikt voor het opzoeken van de e-mailadressen van de CEO's en werd de website van het IBR gebruikt om ontbrekende nummers van auditbedrijven op te zoeken en om deze nummers te koppelen aan het adres van het auditbedrijf (zie punt 6.2.3).

6.1.1 Bel-First

De Bel-First is een database van het Bureau Van Dijk die informatie over bedrijven in België en Luxemburg bundelt (Bureau Van Dijk, s.d.). Zo kunnen onder andere de financiële gegevens van bedrijven met neerleggingsplicht in gedetailleerd formaat, financiële ratio's, huidige commissarissen en de toelichting en sociale balans opgevraagd worden. Omwille van de verschillende voordelen verbonden aan deze database, zoals de snelle opvraagbaarheid en beschikbaarheid van informatie, werd de Bel-First op meerdere momenten in dit onderzoek gebruikt.

Vooreerst werd deze database gebruikt om de bedrijven te selecteren die verplicht een auditor moeten aanstellen en dus in aanmerking komen om de vragenlijst over de perceptie van de CEO over auditing in te vullen. Hiertoe werden enkele selectiecriteria opgesteld.

Ten eerste moesten de bedrijven van de CEO's verplicht zijn een auditor aan te stellen. De criteria met betrekking tot het aanstellen van een auditor werden reeds aangehaald in punt 2.3. Deze criteria zijn echter recent gewijzigd en diegene beschreven in punt 2.3 traden slechts in werking vanaf 9 januari 2016. Aangezien dit onderzoek betrekking heeft op de gegevens van 2014, werden oudere criteria gebruikt bij het bepalen van ondernemingen die verplicht een commissaris moesten aanstellen. Volgens deze criteria is een onderneming verplicht een commissaris aan te stellen wanneer het jaargemiddelde van het personeelsbestand 100 voltijdse equivalenten overschrijdt of als het een vennootschap met rechtspersoonlijkheid betreft die voor het laatste of voorlaatste afgesloten boekjaar meer dan één van de volgende criteria heeft overschreden (Wetboek van Vennootschappen, 2016, artikel 15):

- Een jaargemiddelde van het personeelsbestand van 50 voltijdse equivalenten
- Een jaaromzet exclusief BTW van 7.300.000 euro
- Een balanstotaal van 3.650.000 euro

Ten tweede moesten de geselecteerde bedrijven actief zijn. Bedrijven die niet meer actief waren in 2013 en 2014 leveren immers geen bijdrage meer aan dit onderzoek (Hope, Langli, & Thomas, 2012). Dit houdt ook in dat de jaarrekeningen van 2013 en 2014 beschikbaar moesten zijn.

Ten derde werden alle private bedrijven geselecteerd. De grote meerderheid van de Belgische bedrijven is een private onderneming, waardoor dit segment in de Belgische context veel belangrijker is dan het segment van de publieke bedrijven (Vander Bauwhede & Willekens, 2004). De resultaten van een onderzoek met private bedrijven zullen bijgevolg veel representatiever zijn voor Belgische bedrijven dan een onderzoek met betrekking tot publieke bedrijven. Hier vloeit dan ook uit voort dat enkel Belgische bedrijven geselecteerd werden, wat meteen het vierde selectiecriteria is.

Daarnaast werden de ondernemingen die financiële dienstverlening aanbieden, met inbegrip van verzekeringen, pensioenfondsen en ondersteunende activiteiten hieromtrent, verwijderd uit de steekproef. Deze bedrijven zijn vaak onderhevig aan andere regulering en hebben een andere kapitaalstructuur, wat de resultaten van dit onderzoek kan beïnvloeden (Klein, 1998). Na toepassing van voorstaande criteria ontstond er een dataset van 8662 bedrijven.

Nadat de vragenlijst uitgestuurd werd naar de geselecteerde bedrijven en de ingevulde vragenlijsten verkregen werden, werd de Bel-First database nogmaals gebruikt om de afhankelijke variabele en de controlevariabelen te kwantificeren. Deze gegevens moesten betrekking hebben op dezelfde periode als de periode waarover CEO's bevestigd werden in de vragenlijst, namelijk het jaar 2014. Om dit te bewerkstelligen, werden alle gegevens gelieerd aan een afsluitingsdatum vanaf 1/7/2014 t.e.m. 30/6/2015 beschouwd als gegevens van het jaar 2014. Jaarrekeningen afgesloten tussen deze twee data omvatten immers voor de meerderheid gegevens van het kalenderjaar 2014. Sommige variabelen vragen om een wijziging te berekenen en voor deze variabelen werden ook de gegevens van 2013 (afsluitingsdatum vanaf 1/7/2013 t.e.m. 30/6/2014) uit de database gehaald.

6.1.2 Vragenlijst

De gegevens met betrekking tot de onafhankelijke variabele, de perceptie van de CEO over auditing, waren niet publiek beschikbaar, waardoor ervoor gekozen werd om deze met behulp van een vragenlijst te verkrijgen. Dit is logisch: nog nooit werd de perceptie van de CEO over auditing ingedeeld op basis van vier dimensies (functionele, sociale, emotionele en prijsdimensie). Deze vragenlijst werd opgesteld en verstuurd door dhr. Maarten Corten in het kader van een doctoraal onderzoek en bevatte een lijst met stellingen die later ingedeeld kon worden in de vier voorgenoemde dimensies. De lijst met stellingen kan worden teruggevonden in bijlage 1². De CEO's moesten hierbij

² De stellingen werden in een andere volgorde in de vragenlijst gesteld, zodat niet duidelijk was dat deze in dimensies zouden worden ingedeeld.

per stelling aangeven in welke mate hij of zij akkoord was met de stelling aan de hand van een 5-punten Likertschaal.

De gestructureerde vragenlijst werd in februari 2015 via e-mail naar de 8662 bedrijven verzonden met de vraag of de CEO deze kon invullen. Hierna werden nog twee herinneringsmails gestuurd om een zo hoog mogelijke responsgraad te bereiken. Uiteindelijk vulden 740 CEO's de vragenlijst in Qualtrics in, wat leidt tot een responsgraad van 8,5%.

Zoals uitgelegd in de definitie van perceptie in punt 3.1, heeft de perceptie betrekking op opgedane ervaringen. Dit betekent dat ten tijde van het invullen van de vragenlijst, tussen februari 2015 en juli 2015, de perceptie betrekking zal hebben op de audit van het vorige boekjaar en dus 2014.

6.1.3 Balanscentrale

De Balanscentrale is een toepassing van de NBB die jaarrekeningen verzamelt en verwerkt en deze ook publiek beschikbaar stelt (Nationale Bank van België, 2016). Van deze toepassing werd gebruik gemaakt om de naam van het auditbedrijf en het nummer van het auditbedrijf van de 740 bedrijven in de steekproef te vervolledigen. Aan de hand van de naam van de auditbedrijf werd bepaald of het om een Big 4 auditor ging. Wanneer het nummer van de auditor of het nummer van het auditbedrijf niet in de jaarrekening vermeld werd, werd deze opgezocht in het register dat beschikbaar wordt gesteld op de website van het Instituut van de Bedrijfsrevisoren (s.d.-b, s.d.-c).

Tijdens het vervolledigen van de dataset werd er ook naar de afsluitingsdata gekeken: wanneer het boekjaar 2013 of 2014 meer dan 12 maanden omvatte, werd het bedrijf uit de selectie gehaald. Er moeten immers wijzigingen berekend worden en wanneer beide boekjaren niet uit 12 maanden bestaan, kan dit een vertekend beeld opleveren. Bijgevolg werden 18 bedrijven uit de dataset verwijderd, wat de grootte van de steekproef herleidt tot 722 bedrijven.

6.2 Variabelen

6.2.1 Afhankelijke variabele

De afhankelijke variabele is de variabele waarin de onderzoeker het meest geïnteresseerd is (Sekaran & Bougie, 2013). In deze masterproef is dat auditkwaliteit, waarvan de maatstaf reeds werd vastgelegd in punt 5.4. In dit punt werd beslist dat auditkwaliteit benaderd zal worden met behulp van onverwachte (discretionaire) accruals, die berekend zullen worden met het cross-sectionele Modified Jones Model van Dechow et al. (1995). De werking van dit model zal vervolgens worden uitgelegd.

Een eerste stap nodig om de onverwachte accruals te berekenen, is het berekenen van de totale accruals. Dit is het verschil tussen de winst en de operationele cashflow en werd geschaald op basis

van de totale activa aan het begin van het boekjaar om heteroscedasticiteit te vermijden. De totale accruals werden berekend volgens volgende formule (Dechow et al., 1995):

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \frac{\Delta CA_{it} + \Delta CL_{it} + \Delta Cash_{it} + \Delta STD_{it} - Dep_{it}}{A_{it-1}} \quad (3)$$

Met

- TA_{it} : totale accruals van onderneming i in jaar t (2014)
- A_{it-1} : totale activa (code 20/58) voor onderneming i in jaar $t-1$ (2013)
- ΔCA_{it} : vlottende activa (code 29/58) voor onderneming i in jaar t (2014) verminderd met de vlottende activa voor onderneming i in jaar $t-1$ (2013)
- ΔCL_{it} : schulden op ten hoogste één jaar (code 42/48) en overlopende rekeningen van het passief (code 492/3) voor onderneming i in jaar t (2014) verminderd met de schulden op ten hoogste één jaar en overlopende rekeningen van het passief voor onderneming i in jaar $t-1$ (2013)
- $\Delta Cash_{it}$: geldbeleggingen (code 50/53) en liquide middelen (code 54/58) voor onderneming i in jaar t (2014) verminderd met de geldbeleggingen en liquide middelen voor onderneming i in jaar $t-1$ (2013)
- ΔSTD_{it} : schulden op meer dan één jaar die binnen het jaar vervallen (code 42) voor onderneming i in jaar t (2014) verminderd met de schulden op meer dan één jaar die binnen het jaar vervallen voor onderneming i in jaar $t-1$ (2013)
- Dep_{it} : afschrijvingen (code 630) voor onderneming i in jaar t (2014)

Aangezien er hier wordt gewerkt met het cross-sectionele Modified Jones Model, is de tweede stap het indelen van de bedrijven in sectoren (Peasnell, Pope, & Young, 2000). Bij het indelen in sectoren worden vaak de eerste twee cijfers van de Standard Industrial Classification code (SIC-code) gebruikt om één sector aan te duiden (Audousset-Coulier et al., 2016; Balsam et al., 2003; Gramling & Stone, 2001; Krishnan, 2003). In Europese context kan de SIC-code vergeleken worden met de Statistische Nomenclatuur van de economische activiteiten in de Europese Gemeenschappen (NACE code). Om sectoren aan te duiden, worden de eerste twee cijfers van de Belgische toepassing van de NACE code (NACE-BEL) gebruikt (Statistics Belgium, s.d.).

Bij het indelen in sectoren is het aangeraden dat er minstens 10 bedrijven per sector overblijven (Peasnell et al., 2000). Dit zou ervoor zorgen dat 150 bedrijven uit de dataset verwijderd worden. Omdat dit meer dan één vijfde van de gehele dataset is, werd ervoor geopteerd om de bedrijven niet in sectoren, maar in secties in te delen. Dit is het hoger niveau binnen de NACE-BEL code, waarbij verschillende sectoren worden samengenomen op basis van de algemene kenmerken van de

geproduceerde goederen en diensten (Statistics Belgium, s.d.). Hierdoor zullen er slechts 30 bedrijven uit de dataset verwijderd worden, zoals te zien is in bijlage 2³.

Na het indelen van de bedrijven in secties, wordt per sectie een Ordinary Least Squares (OLS) regressie met betrekking tot de totale accruals uitgevoerd om zo de parameters $\alpha_i, \beta_{1i}, \beta_{2i}$ per sectie te schatten. Dechow et al. (1995) gebruiken in hun berekening hiervoor het Jones (1991) model zoals beschreven in vergelijking (1) (zie punt 5.2.2). Bij de schatting van de totale accruals worden de handelsvorderingen dus niet afgetrokken van de omzet, waardoor ze in eerste instantie veronderstellen dat er geen earnings management bestaat bij de handelsvorderingen. Dechow et al. (1995) gebruiken echter een model waarin tijdsreeksen gebruikt worden, waar in deze masterproef een cross-sectionele dataset wordt gebruikt. Dit betekent dat er geen verschillende tijdsperiodes gebruikt worden in deze masterproef, waardoor er geen periode voor earnings management en na earnings management onderscheiden kan worden. Hier kan er dan ook niet verondersteld worden dat er in die eerste periode geen earnings gemanaged worden bij de handelsvorderingen (Kothari, Leone, & Wasley, 2005). Hierdoor zullen we volgend regressiemodel gebruiken:

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_i \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_{1i} \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_{2i} \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Waarbij de variabelen gedefinieerd worden zoals eerder bepaald bij vergelijking (3) en:

- ΔREV_{it} : omzet (code 70) van onderneming i in het jaar t (2014) verminderd met de omzet van onderneming i in het jaar t-1 (2013)
- ΔREC_{it} : handelsvorderingen op ten hoogste één jaar (code 40) van onderneming i in het jaar t (2014) verminderd met de handelsvorderingen op ten hoogste één jaar van onderneming i in het jaar t-1 (2013)
- PPE_{it} : materiële vaste activa (code 22/27) van onderneming i in het jaar t (2014)
- ε_{it} : residuele term van onderneming i in het jaar t

Dit regressiemodel veronderstelt dus wel dat de handelsvorderingen onderhevig zijn aan earnings management. Door dit model te gebruiken, komen we ook tegemoet aan een neveneffect dat ontstond bij het model met tijdreeksen. Het model zonder de aftrek van de handelsvorderingen zorgde daar voor een erg grote onverwachte accrual als het bedrijf in kwestie een extreme groei had doorgemaakt. Door in het gebruikte model de handelsvorderingen wel te incorporeren, wordt ook dit probleem minder prominent (Kothari et al., 2005).

Uit vergelijking (2) worden de parameters $\alpha_i, \beta_{1i}, \beta_{2i}$ per sectie gehaald, waarna deze gebruikt worden om per bedrijf de verwachte of non-discretionaire accruals (NDA) te berekenen met behulp van volgende vergelijking uit het Modified Jones Model van Dechow et al. (1995):

³ Dit aantal bedrijven werd berekend na de verwijdering van bedrijven met boekjaren langer of korter dan 12 maanden (zie punt 6.1.3) en de bedrijven met ontbrekende gegevens (zie punt 7.1.1). Wanneer dit niet zou gebeuren, zouden er immers nog te kleine sectoren of secties in de dataset kunnen voorkomen.

$$\frac{NDA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_i \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_{1i} \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_{2i} \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) \quad (4)$$

De variabelen in deze vergelijking werden reeds gedefinieerd bij vergelijking (2) en (3). Nu zowel de totale als de non-discretionaire accruals berekend zijn, kunnen de discretionaire accruals (DA) berekend worden via volgende formule (Dechow et al., 1995):

$$DA = TA - NDA \quad (5)$$

Deze discretionaire accruals zullen ten slotte opgedeeld worden in winstverhogende, **WINSTVERHOGENDE_DA**, en winstverlagende discretionaire accruals, **WINSTVERLAGENDE_DA**. Op deze manier wordt de invloed van de verschillende onafhankelijke variabelen beter duidelijk. Bovendien kunnen de onafhankelijke en controlevariabelen een ander effect hebben op de winstverhogende dan wel winstverlagende discretionaire accruals. Vander Bauwhede et al. (2003) vonden in Belgische context bijvoorbeeld enkel een verschil in kwaliteit tussen de Big 6 bedrijven en niet-Big 6 bedrijven met betrekking tot de winstverlagende discretionaire accruals. Bijgevolg zullen de positieve (winstverhogende) accruals in dit onderzoek gescheiden worden van de negatieve (winstverlagende) accruals.

6.2.2 Onafhankelijke variabelen

Een onafhankelijke variabele is een variabele die de afhankelijke variabele (hier: auditkwaliteit) op een positieve of negatieve manier beïnvloedt (Sekaran & Bougie, 2013). In deze masterproef is de onafhankelijke variabele de perceptie van de CEO over auditing, die gemeten zal worden in vier dimensies: de functionele, sociale, emotionele en de prijsdimensie.

Zoals reeds vermeld is de indeling van de perceptie van de CEO over auditing in bovenstaande dimensies nieuw en werd dit gemeten aan de hand van twintig stellingen die terug te vinden zijn in bijlage 1 en de resultaten van de factoranalyse in tabel 3. Deze twintig stellingen zijn geïnspireerd op het werk van Sarens et al. (2012) en werden opgesteld door dhr. Maarten Corten in het kader van zijn doctoraal onderzoek. De indeling in dimensies gebeurde op basis van het artikel van Sweeney en Soutar (2001), waarvan de principes toegepast werden op de context van de externe audit.

Om echter zeker te zijn dat deze twintig stellingen in de vier vooropgestelde dimensies opgedeeld kunnen worden, moet er eerst een factoranalyse uitgevoerd worden. Uit deze factoranalyse zal blijken of de vooropgestelde dimensies ook uit de antwoorden van de vragenlijst afgeleid kunnen worden (Sekaran & Bougie, 2013).

Vooraleer deze factoranalyse uitgevoerd werd, werden enkele stellingen gehercodeerd om verwarring te vermijden. Voor de stellingen waarbij een hoge score op een slechte perceptie duidt, werden de scores omgekeerd. Op deze manier geldt voor alle stellingen dat hoe hoger de score is, hoe beter de

perceptie is. De gehercodeerde stellingen worden met "HC" aangeduid bij de resultaten van de factoranalyse, die terug te vinden is in tabel 3.

De factoranalyse werd in SPSS uitgevoerd na verwijdering van de uitzonderlijke waarden (zie punt 7.1.2) aan de hand van de rotatiemethode Varimax. De resultaten hiervan zijn terug te vinden in tabel 1, 2 en 3.

Tabel 1 geeft de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) maatstaf, gaande van 0 tot 1, en Bartlett test weer. Hoe hoger de KMO maatstaf, hoe meer structuur er terug te vinden is in de correlaties en hoe groter de kans dat er duidelijke dimensies terug te vinden zullen zijn. De KMO maatstaf ligt hoog, wat dus een goede indicatie is. Ook de Bartlett test geeft aan dat een factoranalyse kan werken, aangezien een verwerping van de hypothese aangeeft dat er correlaties bestaan tussen de stellingen uit de vragenlijst (Field, 2005).

Tabel 1: KMO en Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,929
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5615,643
	Df	153
	Sig.	,000

Tabel 2 geeft aan hoeveel dimensies SPSS onderscheidt op basis van het criterium van Kaiser, dat enkel de dimensies behoudt met een eigenwaarde groter dan 1, waarbij de eigenwaarde voor de gestandaardiseerde verklaarde variantie staat (Field, 2005). Hieruit blijkt dat er vier dimensies worden erkend, die ongeveer 64% van de variantie verklaren, een aantal dat overeenkomt met het aantal dimensies in de theorie.

Tabel 2: Factoranalyse - Totaal verklaarde variantie

Dimensie	Initiële eigenwaarden			Na de rotatie van factorladingen		
	Totaal	% van variantie	Cumulatief %	Totaal	% van variantie	Cumulatief %
1	7,582	42,122	42,122	5,271	29,285	29,285
2	1,836	10,203	52,324	2,379	13,215	42,500
3	1,190	6,613	58,938	2,250	12,501	55,002
4	1,006	5,591	64,528	1,715	9,526	64,528
5	,767	4,259	68,787			
6	,679	3,775	72,562			
7	,614	3,412	75,974			
8	,579	3,218	79,192			
9	,548	3,043	82,235			
10	,487	2,707	84,942			
11	,436	2,421	87,363			
12	,409	2,273	89,636			
13	,366	2,031	91,667			
14	,349	1,936	93,603			
15	,334	1,853	95,457			
16	,319	1,775	97,231			
17	,281	1,560	98,792			
18	,218	1,208	100,000			

Tabel 3 geeft aan welke stellingen SPSS plaatst bij de verschillende dimensies en geeft de factorladingen per stelling en per dimensie weer. Deze factorladingen geven de correlatie aan tussen de stelling en de dimensie. De factorladingen werden gesorteerd naar grootte en de factorladingen lager dan 0,3 werden verwijderd om de leesbaarheid te verbeteren. De vierde en vijfde stelling van de prijsdimensie (zie bijlage 1) werden verwijderd omdat ze respectievelijk een te lage factorlading hadden en een sterke correlatie vertoonden met zowel de prijs- als functionele dimensie. Merk ook op dat de factoranalyse enkele stellingen bij de functionele dimensie plaatst die eerder in de theorie aan ander dimensies werden gekoppeld. Deze stellingen kunnen echter ook logisch aansluiten bij de functionele dimensie en zullen hier dan ook bijgevoegd worden.

Ten slotte werden de variabelen met betrekking tot de dimensies van de perceptie van de CEO over auditing (**PERC_FUNC**, **PERC_EMO**, **PERC_SOC** en **PERC_PRIJS**) berekend met behulp van de regressiemethode van SPSS op basis van de resultaten van de factoranalyse.

Tabel 3: Resultaten factoranalyse

	PERC_FUNC	PERC_SOC	PERC_EMO	PERC_PRIJS
Een externe audit versterkt het deugdelijk bestuur binnen ons bedrijf.	,757	,300		
Een externe audit verschaft ons nuttig advies (bv. via de management letter of informeel).	,750			
Een externe audit verbetert de efficiëntie en betrouwbaarheid van onze bedrijfsprocessen/interne controle.	,749			
Een externe audit biedt geen meerwaarde bovenop de externe boekhouder of accountant. (HC)	,731		,323	
Een externe audit verbetert de kwaliteit van de jaarrekening van ons bedrijf.	,719			
Een externe audit stelt me gerust over de financiële rapportering van onze resultaten.	,708			
Ik vind een externe audit tijdverlies. (HC)	,706		,429	
Een externe audit heeft een positieve invloed op de prestaties van ons bedrijf.	,685			
Het laten uitvoeren van een externe audit verhoogt mijn persoonlijke geloofwaardigheid naar de raad van bestuur en de (andere) aandeelhouders.	,662			
Een externe audit scheidt vertrouwen bij de fiscus.		,762		
Een externe audit bevestigt de goede prestaties van een bedrijf naar de buitenwereld toe.	,303	,722		
Het laten uitvoeren van een externe audit scheidt vertrouwen bij onze klanten en leveranciers.	,366	,636		
Een externe audit vereenvoudigt de toegang tot schuldfinanciering (bankkredieten).	,340	,604		
Een externe audit beperkt mijn flexibiliteit als bedrijfsleider. (HC)			,793	
Een externe audit geeft me het vervelende gevoel dat ik als bedrijfsleider gecontroleerd wordt. (HC)			,776	
De aanwezigheid van een externe auditor stoort me. (HC)	,368		,740	
De prijs van een externe audit is redelijk.				,860
De fee die de externe auditor aanrekent voor zijn diensten is te hoog in verhouding tot de dienst zelf. (HC)				,827

6.2.3 Modererende variabelen

Een modererende variabele is een variabele die een effect heeft op de relatie tussen de onafhankelijke variabele (hier: perceptie van de CEO over auditing) en de afhankelijke variabele (hier: auditkwaliteit) (Sekaran & Bougie, 2013). In deze masterproef werden twee modererende variabelen geïntroduceerd: de grootte van het auditbedrijf en industriespecialisatie.

Om de grootte van het auditbedrijf te benaderen, wordt er gekozen voor een dummyvariabele (**BIG4**) die aangeeft of de auditor van het bedrijf in kwestie behoort tot de Big 4. Zoals besproken in punt 4.1 behoren Deloitte, Ernst & Young, KPMG en PwC tot deze vier grote bedrijven. De dummyvariabele zal één zijn wanneer de auditor van het bedrijf in kwestie één van deze vier bedrijven is en nul wanneer dit niet zo is.

Het bepalen van industriespecialisatie is, zoals aangehaald in punt 4.2, minder eenvoudig. In deze masterproef wordt er gekozen om industriespecialisatie te benaderen met behulp van auditfees omwille van de voordelen die worden aangehaald in punt 4.2. Een bedrijf zal als industriespecialist worden aangemerkt als het bedrijf het grootste marktaandeel (in termen van auditfees) van de sector bezit (Carcello & Nagy, 2004; Jiang, Jeny-Cazavan, & Audoussset-Coulier, 2012).

Het marktaandeel binnen een sector (en dus industriespecialisatie) werd gemeten op populatieniveau. Eerst werd via een macro het nummer van alle auditbedrijven, samen met hun naam en adres uit de samenvatting van het openbaar register van het Instituut van de Bedrijfsrevisoren (2014) gehaald. Deze konden dan op basis van hun adres gekoppeld worden aan de gegevens van het auditbedrijf uit de Belfirst databank, om zo het nummer van de auditbedrijven te koppelen aan de NACE-BEL code van de klant en de betaalde auditfees, die beide in de Belfirst databank ter beschikking staan. Aan de hand van deze gegevens kunnen dan de auditfees per auditbedrijf per sector berekend worden, net als het marktaandeel van het auditbedrijf per sector. Een overzicht van de industriespecialisten per sector kan teruggevonden worden in bijlage 3.

Deze gegevens werden dan verwerkt in een dummyvariabele **INDSPEC**, die één aangeeft als het auditbedrijf van het bedrijf in kwestie een industriespecialist is (en dus de grootste van de sector is) en nul wanneer dit niet het geval is.

6.2.4 Controlevariabelen

Niet enkel onafhankelijke variabelen kunnen een invloed hebben op de afhankelijke variabelen (Sekaran & Bougie, 2013). Er kunnen ook nog controlevariabelen bestaan die de afhankelijke variabele beïnvloeden. Deze controlevariabelen moeten constant worden gehouden zodat de reële invloed van de onafhankelijke variabelen op de afhankelijke variabele gemeten kan worden.

De eerste en tweede controlevariabele zijn de dummyvariabelen **BIG4** en **INDSPEC** zoals die in de modererende variabelen (punt 6.2.3) werd besproken.

Een derde controlevariabele is de **SCHULDGRAAD** van de klant, berekend als de totale schulden (code 17/49) op de totale activa (code 20/58). Omdat het bedrijf aan de convenanten van de lening moet voldoen, kan ze geneigd zijn om de winst te verhogen om zo de convenanten niet te schenden. Dit brengt winstverhogende accruals met zich mee en kan dus ook een effect hebben op de auditkwaliteit (Becker et al., 1998).

De vierde controlevariabele is de grootte van de klant, gemeten door het natuurlijk logaritme van de totale activa (**LNACTIVA**). De relatie tussen de grootte van de klant en discretionaire accruals is meermaals bewezen (Van Tendeloo & Vanstraelen, 2008). Becker et al. (1998) bijvoorbeeld toonden aan dat grotere klanten een betere earnings quality hebben. Er kunnen dus winstverlagende accruals verwacht worden.

De vijfde controlevariabele is de operationele cashflow, die berekend werden als de winst of het verlies vermeerderd met de niet-kaskosten⁴ en verminderd (vermeerderd) met de stijging (daling) in het werkkapitaal⁵, die gedeeld worden door de totale activa aan het begin van het boekjaar (Vander Bauwhede & Willekens, 1998). Uit onderzoek van Dechow et al. (1995) blijkt dat de operationele cashflow de discretionaire accruals kunnen beïnvloeden bij uitzonderlijke prestaties van bedrijven, waardoor er voor deze variabele (**OPCF**) gecontroleerd moet worden.

De zesde controlevariabele is de Return on Assets (**ROA**), gemeten door de winst van 2014 te delen door de totale activa van 2013. Hierin volgen we o.a. Van Tendeloo en Vanstraelen (2008), Minutti-Meza (2013) en Eshleman en Peng (2014). Aangezien de ROA een belangrijke ratio is, is het mogelijk dat er earnings gemanaged werden om een goede ROA te kunnen voorleggen. We verwachten dus dat een goede ROA gepaard gaat met meer discretionaire accruals.

De laatste controlevariabele is de dummyvariabele, **GNBELASTING**, die één aangeeft wanneer er in 2013 geen belastingen werden betaald en nul aangeeft wanneer er wel belastingen werden betaald. Deze controlevariabele wordt gebruikt omdat de Belgische jaarrekening gebruikt wordt om de belastingen te berekenen (Vander Bauwhede & Willekens, 2004). Bijgevolg zijn de Belgische bedrijven geneigd om hun winst aan te passen om zo minder belastingen te betalen. Deze incentives kunnen benaderd worden door te kijken naar fiscaal aftrekbare verliezen (zogenaamde tax-loss carry-forwards). Deze zijn echter niet publiek beschikbaar, waardoor deze benaderd zullen worden door vast te stellen of er in 2013 belastingen werden betaald. Er wordt verwacht dat wanneer er geen belastingen werden betaald, er minder discretionaire accruals zullen zijn vanwege de fiscaal aftrekbare verliezen.

⁴ Voor de berekening van de niet-kaskosten werden volgende codes uit de jaarrekening en volgende formule gebruikt: code 630 - code 760 - code 761 + code 660 + code 661 + code 635/7 - code 762 + code 662 + code 680 - code 780 + code 663 - code 9125 (Vander Bauwhede & Willekens, 1998)

⁵ Voor de berekening van het werkkapitaal werd volgende codes uit de jaarrekening en volgende formule gebruikt: code 29 + code 3 + code 40/41 + code 490/1 - code 175 - code 176 - code 44 - code 46 - code 45 - code 492/3 (Vander Bauwhede & Willekens, 1998)

Hoofdstuk 7 Empirisch onderzoek

In dit hoofdstuk zal de invloed van de verschillende dimensies van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit onderzocht worden met behulp van een regressieanalyse, waarvoor het programma IBM SPSS Statistics 22 gebruikt zal worden. Alvorens de regressieanalyse uit te voeren, zullen beschrijvende statistieken gegeven worden.

7.1 Beschrijvende statistiek

7.1.1 Ontbrekende waarden

Na het verwijderen van de bedrijven waarvan de boekjaren niet gelijk waren aan twaalf maanden (zie punt 6.1.3) en de bedrijven die deel uitmaakten van de te kleine secties (zie punt 6.2.1), blijven er nog 692 bedrijven over. Hiernaast moeten ook de bedrijven met ontbrekende waarden nog uit de dataset worden verwijderd.

Ten eerste hadden 8 bedrijven de jaarrekening van 2014 nog niet neergelegd op het moment van de gegevensextractie (26 februari 2016). Er waren voor deze bedrijven dus geen gegevens beschikbaar voor 2014, waardoor deze bedrijven werden verwijderd uit de dataset.

Daarnaast ontbraken er gegevens voor 41 andere bedrijven. 12 bedrijven hadden geen commissaris aangegeven in de jaarrekening, 28 bedrijven gaven geen auditfees op en één CEO vulde niet alle stellingen met betrekking tot de perceptie van de CEO over auditing in. Na de verwijdering van de ontbrekende gegevens blijven er dus 643 bedrijven over in de dataset.

7.1.2 Uitzonderlijke waarden

Sommige observaties liggen ver van het regressievlak en hebben bijgevolg grote residuen (de Vocht, 2013). Deze observaties kunnen een invloed hebben op de uiteindelijke regressie en worden outliers genoemd. Deze outliers moeten dan ook bestudeerd en eventueel verwijderd worden. In dit onderzoek werd er gekozen om aan de hand van uitzonderlijke waarden de outliers te verwijderen. Op deze manier zullen er minder cases verwijderd worden en zullen alleen de cases met uitzonderlijke waarden, die een grote invloed hebben op de berekening van de regressiecoëfficiënten, bekeken en mogelijk verwijderd worden. Zo kan de dataset zo groot mogelijk gehouden worden.

Er werd gewerkt met de Cook's distance en leverage. De Cook's distance meet de invloed van een case op de regressiemodellen en geeft aan hoeveel de regressiecoëfficiënten veranderen als de betreffende case wordt weggelaten (de Vocht, 2013). Cases met een Cook's distance groter dan $4/n$, met n het aantal observaties, worden als invloedrijke observaties aangeduid en zijn dus te onderzoeken (Institute for Digital Research and Education, s.d.). Leverage geeft de afstand van een observatie ten opzichte van de gemiddelde waarden van alle onafhankelijke variabelen aan (de Vocht, 2013). Wanneer de leverage groter is dan $2*(k+1)/n$, met k het aantal onafhankelijke

variabelen en n het aantal observaties, moet de observatie verder bekeken worden. De cases werden op basis van deze maatstaven beoordeeld en uiteindelijk werden 12 uitzonderlijke observaties verwijderd. Dit herleidt de steekproefgrootte dus tot 631 bedrijven.

7.1.3 Multicollineariteit

Ook met mogelijke multicollineariteit moet rekening gehouden worden in dit onderzoek. Bij multicollineariteit is een statistisch fenomeen waarbij één of meer onafhankelijke variabelen in een meervoudig regressiemodel sterk gecorreleerd zijn (Sekaran & Bougie, 2013, p. 319). Het kan worden gekwantificeerd als een correlatie groter of gelijk aan 0,9 (de Vocht, 2013). Dit kan geëvalueerd worden aan de hand van een correlatiematrix, zoals afgebeeld in tabel 4. Uit deze correlatiematrix blijkt dat de hoogste correlatie 0,422 is (tussen industriespecialisatie en Big 4), waardoor er geen risico is op enige vorm van multicollineariteit.

Uit de correlatiematrix kan verder ook afgeleid worden dat de winstverhogende en winstverlagende discretionaire accruals niet significant correleren met de vier dimensies van de perceptie van de CEO over auditing. Wel correleert de variabele Big4 significant met al deze variabelen, behalve de emotionele perceptie van de CEO over auditing. Ten slotte correleert industriespecialisatie enkel met de functionele perceptie.

Tabel 4: Correlatiematrix

	WINSTVERHOGENDE_DA	WINSTVERLAGENDE_DA	PERC_FUNC	PERC_SOC	PERC_EMO	PERC_PRIJS	BIG4	SCHULDGRAAD	ROA	OPCF	GNBELASTING	LNACTIVA	INDSPEC
WINSTVERHOGENDE_DA	1												
WINSTVERLAGENDE_DA	. ^a	1											
PERC_FUNC	-,062	-,025	1										
PERC_SOC	-,056	,053	,000	1									
PERC_EMO	,005	-,026	,000	,000	1								
PERC_PRIJS	-,098	-,015	,000	,000	,000	1							
BIG4	,132*	-,142**	,144**	,147**	,045	-,150**	1						
SCHULDGRAAD	,065	-,148**	-,016	,049	-,035	-,007	-,069	1					
ROA	,115*	,014	-,007	,087*	-,002	,110**	,024	-,273**	1				
OPCF	-,108	,244**	,029	,020	,044	,076	-,003	-,129**	,284**	1			
GNBELASTING	,030	,031	,081*	-,024	,007	,002	,088*	-,031	-,106**	,036	1		
LNACTIVA	-,019	-,060	,142**	,177**	,153**	-,003	,370**	-,165**	-,006	,013	,075	1	
INDSPEC	-,033	-,013	,108**	,021	,024	-,052	,422**	-,076	,099*	,036	,036	,270**	1

*. Correlatie is significant op het 5% significantieniveau.

** . Correlatie is significant op het 10% significantieniveau.

a. Kan niet berekend worden omdat beide categorieën elkaar uitsluiten.

7.1.4 Beschrijvende analyse

In dit deel zal er een overzicht gegeven worden van de beschrijvende statistieken om zo meer inzicht te verwerven in de variabelen. Omdat sommige statistieken (zoals het minimum en maximum) niet van belang zijn bij dummyvariabelen, worden de dummyvariabelen later in dit deel apart besproken.

De beschrijvende statistieken van de niet-dummyvariabelen zijn terug te vinden in tabel 5. De eerste vier variabelen hebben betrekking op de afhankelijke variabele auditkwaliteit. De totale accruals (geschaald door de totale activa aan het begin van het boekjaar) werden gebruikt om de discretionaire accruals te berekenen (zie punt 6.2.1). Deze discretionaire accruals kunnen opgesplitst worden in 298 winstverhogende discretionaire accruals, die logischerwijs groter zijn dan 0, en 333 winstverlagende discretionaire accruals, die kleiner zijn dan 0. Er zijn dus meer winstverlagende discretionaire accruals, wat een logisch gevolg is van het gebruik van de jaarrekening voor fiscale doeleinden in België. Door dit fiscaal gebruik bestaat er een sterke stimulans om de winst naar beneden bij te stellen om zo minder belastingen te betalen.

Vervolgens staan de statistieken van de controlevariabelen beschreven. De schuldgraad van de verschillende ondernemingen in de dataset varieert sterk. Voor het bedrijf met de laagste schuldgraad zijn de schulden slechts even groot als 1% van de activa, terwijl voor het bedrijf met de hoogste schuldgraad geldt dat de schulden 1,73 keer zo groot zijn als de totale activa. Dit laatste bedrijf kampt dus met een negatief eigen vermogen. De gemiddelde schuldgraad van de bedrijven in deze dataset is ongeveer 60%.

Tabel 5: Beschrijvende statistieken

	N	Minimum	Maximum	Gemiddelde	Mediaan	Standaardafwijking
TA	631	-1,37803	0,66446	-0,04614	-0,03667	0,15346
DA	631	-0,78012	0,73233	-0,00903	-0,00580	0,13788
WINSTVERHOGENDE_DA	298	0,00043	0,73233	0,08883	0,06110	0,09598
WINSTVERLAGENDE_DA	333	-0,78012	-0,00008	-0,09661	-0,06354	0,10743
PERC_FUNC	631	-3,99126	2,47536	0	0,19627	1
PERC_SOC	631	-3,18070	3,57945	0	0,03077	1
PERC_EMO	631	-3,07621	2,21515	0	0,10352	1
PERC_PRIJS	631	-2,81071	2,95784	0	-0,00987	1
SCHULDGRAAD	631	0,01003	1,73008	0,59610	0,63054	0,25138
OPCF	631	-1,30214	0,42341	0,03052	0,03739	0,13605
ROA	631	-0,32139	0,51249	0,04608	0,03567	0,07986
LNACTIVA	631	13,74603	23,36271	16,56604	16,27127	1,27112

Ook de operationele cashflow, die geschaald werd door de totale activa aan het begin van het boekjaar, varieert sterk. Uit de cijfers blijkt dat de hoogste operationele cashflow meer dan 40% van de totale activa aan het begin van het boekjaar bedraagt, terwijl de laagste operationele cashflow een gelduitstroom betekent van meer dan 1,3 keer de totale activa aan het begin van het boekjaar.

De dataset bestaat daarnaast uit zowel winstgevende als verlieslatende bedrijven, zoals blijkt uit de ROA. Om te controleren voor ondernemingsgrootte, werd ook het natuurlijk logaritme van de totale activa opgenomen met als doel het indijken van de variëteit van de totale activa.

Ten slotte volgen de verschillende dimensies met betrekking tot de perceptie van de CEO. Omdat deze waarden berekend zijn door middel van de regressiemethode in SPSS, hebben al deze variabelen een gemiddelde van 0 en een standaardafwijking van 1. Om een beter idee te krijgen van perceptie van de CEO over auditing, werden de gehercodeerde antwoorden op de vragenlijst ook handmatig per dimensie en in het algemeen berekend aan de hand van de factoranalyse. De resultaten worden afgebeeld in tabel 6. Om de leesbaarheid en vergelijkbaarheid te verbeteren werden de cijfers gedeeld door het aantal stellingen per dimensie, zodat, conform de 5-punten Likertschaal, het minimum één is en het maximum vijf.

Tabel 6: Statistieken m.b.t. vragenlijst perceptie over de CEO over auditing

	N	Maximum	Minimum	Gemiddelde	Mediaan	Standaardafwijking
PERC_FUNC	631	5	1	3,35887	3,55556	0,91686
PERC_EMO	631	5	1,33333	3,96197	4	0,82014
PERC_PRIJS	631	5	1	2,84469	3	0,95890
PERC_SOC	631	5	1	3,43542	3,5	0,80147
PERC_ALGEMEEN	631	5	1,11111	3,41926	3,5	0,71476

Zoals blijkt uit tabel 6, heeft minstens één CEO het maximum aantal punten gegeven op alle stellingen. Daarnaast zijn er ook CEO's die het minimale aantal punten gegeven hebben aan de stellingen van de functionele, sociale en prijsdimensie. Niemand gaf het minimaal aantal punten aan de emotionele dimensie. De gemiddelde score is het hoogste voor de emotionele dimensie, terwijl de laagste score voor de prijsdimensie is. De gemiddelde score met betrekking tot de perceptie van de CEO is 3,41926 op 5, goed voor 68,38%.

In tabel 7 staan de statistieken van de dummyvariabelen beschreven. Hier kan uit worden afgeleid dat slechts 41,20% van de bedrijven in de dataset een Big 4 auditor heeft aangesteld. Dit is een lager cijfer dan in Angelsaksische context, maar het is geweten dat de Big 4 auditors in België een kleiner marktaandeel hebben (zie punt 4.1). 7,92% van de bedrijven hebben in 2013 geen belastingen betaald en 12,04% van de bedrijven heeft een industriespecialist aangesteld.

Tabel 7: Beschrijvende statistieken voor dummyvariabelen

	N	Sum	Percentage
BIG4	631	260,0	41,20%
GNBELASTING	631	50	7,92%
INDSPEC	631	76	12,04%

7.2 Regressieanalyse

Nu meer inzicht is verkregen in de variabelen en er gecontroleerd is voor invloedrijke observaties en multicollineariteit, kunnen de regressieanalyses worden uitgevoerd. Deze regressieanalyses zullen uitgevoerd worden in drie delen. Eerst zal de invloed van de dimensies van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit gemeten worden om zo een antwoord te kunnen bieden op hypothesen 1 t.e.m. 4. Daarna zal de grootte van het auditbedrijf als moderator getest worden in lijn met hypothesen 5 t.e.m. 8. Ten slotte zal industriespecialisatie als moderator worden getest om uitsluitsel te geven over hypothese 9 t.e.m. 12.

7.2.1 Invloed van perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit

In dit deel wordt de invloed van de verschillende dimensies van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit getoetst. Hypothesen 1 t.e.m. 4 worden getest aan de hand van volgende regressiemodellen:

$$\text{WINSTVERHOGENDE_DA} = \beta_0 + \beta_1 \text{PERC_FUNC} + \beta_2 \text{PERC_SOC} + \beta_3 \text{PERC_EMO} + \beta_4 \text{PERC_PRIJS} + \beta_5 \text{BIG4} + \beta_6 \text{INDSPEC} + \beta_7 \text{SCHULDGRAAD} + \beta_8 \text{LNACTIVA} + \beta_9 \text{OPCF} + \beta_{10} \text{ROA} + \beta_{11} \text{GNBELASTING}$$

$$\text{WINSTVERLAGENDE_DA} = \beta_0 + \beta_1 \text{PERC_FUNC} + \beta_2 \text{PERC_SOC} + \beta_3 \text{PERC_EMO} + \beta_4 \text{PERC_PRIJS} + \beta_5 \text{BIG4} + \beta_6 \text{INDSPEC} + \beta_7 \text{SCHULDGRAAD} + \beta_8 \text{LNACTIVA} + \beta_9 \text{OPCF} + \beta_{10} \text{ROA} + \beta_{11} \text{GNBELASTING}$$

De resultaten van deze regressiemodellen zijn terug te vinden in tabel 8. Hieruit blijkt dat de sociale perceptie van de CEO over auditing een significant effect heeft op de auditkwaliteit op het 10% significantieniveau, zowel voor de winstverhogende als voor de winstverlagende discretionaire accruals. In beide gevallen blijkt ook dat de discretionaire accruals richting nul gaan (en de auditkwaliteit dus stijgt) naarmate de CEO een betere sociale perceptie over auditing aanneemt, wat leidt tot het aanvaarden van hypothese 2. Ook de prijsperceptie van de CEO over auditing is significant op 10%, maar dit enkel voor de winstverhogende discretionaire accruals. Ook hier komt dit resultaat overeen met de hypothese: de discretionaire accruals dalen naarmate de CEO een betere perceptie over de prijs aanneemt. Dit betekent een betere auditkwaliteit, maar omdat dit slechts geldt voor de winstverhogende discretionaire accruals, kunnen we hypothese 4 slechts gedeeltelijk aanvaarden. Voor de winstverlagende discretionaire accruals kunnen we de hypothese immers niet aanvaarden. Ook voor de functionele en prijsdimensie kunnen we de hypothesen (1 en 3) niet aanvaarden aangezien er geen significant effect werd gevonden. Dit is een ander resultaat dat we verwacht hadden, aangezien in de theorie vooropgesteld werd dat bij de functionele dimensie het positief effect groter zou zijn. Uit de resultaten komt daarentegen de sociale dimensie als belangrijkste dimensie naar voor, aangezien deze dimensie als enige voor de twee soorten

discretionaire accruals significant is. Dit wijst erop dat bedrijven het erg belangrijk vinden om een goedkeurend verslag te krijgen en dus vertrouwen uit te stralen naar de stakeholders.

Tabel 8: Regressieresultaten m.b.t. hypothese 1 t.e.m. 4

	WINSTVERHOGENDE_DA	WINSTVERLAGENDE_DA
INTERCEPT	0,068	0,033
PERC_FUNC	-0,007	-0,002
PERC_SOC	-0,011*	0,010*
PERC_EMO	0,000	-0,004
PERC_PRIJS	-0,009*	-0,006
BIG4	0,045***	-0,035***
INDSPEC	-0,042**	0,009
SCHULDGRAAD	0,046**	-0,068***
LNACTIVA	-0,002	-0,005
OPCF	-0,125***	0,185***
ROA	0,298***	-0,129*
GNBELASTING	0,017	0,014
R²	10,80%	11,70%
Aangepaste R²	7,40%	8,70%
* Significant op het 10% significantieniveau		
** Significant op het 5% significantieniveau		
*** Significant op het 1% significantieniveau		

Met betrekking tot de controlevariabelen blijkt uit de tabel dat Big4, schuldgraad, operationele cashflow en ROA significant zijn voor de winstverhogende en winstverlagende discretionaire accruals. De meeste controlevariabelen liggen in lijn met de verwachtingen. Een hogere schuldgraad (significant op 5% en 1% voor respectievelijk de winstverhogende en winstverlagende accruals) blijkt zo voor een slechtere auditkwaliteit te zorgen en een hogere operationele cashflow (significant op 1%) zorgt voor minder earnings management. Tenslotte blijkt dat een betere ROA (significant op 1% en 10% voor respectievelijk de winstverhogende en winstverlagende accruals) voor meer earnings management zorgt. Industriespecialisatie is enkel bij de winstverhogende discretionaire accruals significant en dit op het 5% significantieniveau. Ook deze variabele ligt in lijn met de verwachtingen, aangezien een industriespecialist de discretionaire accruals doet dalen en zo de auditkwaliteit verbetert.

De controlevariabele Big4 is significant op 1%, maar niet in de beoogde richting. Uit de resultaten blijkt immers dat de Big 4 bedrijven meer accruals met zich meebrengen. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat onze steekproef bestaat uit eerder kleinere bedrijven. Kleinere bedrijven hebben mogelijk, in tegenstelling tot grotere bedrijven, geen vast auditteam. Dit zou betekenen dat het auditteam zich elk jaar opnieuw moet inwerken in het bedrijf en zijn activiteiten, waardoor ze het bedrijf minder goed kennen en hierdoor mogelijk slechts een lagere auditkwaliteit kunnen afleveren. Beide modellen uit tabel 8 hebben slechts een lage verklarende kracht zoals blijkt uit de R² (10,8% en 11,7% voor respectievelijk de winstverhogende en winstverlagende discretionaire accruals) en

aangepaste R^2 (7,4% en 8,7% voor respectievelijk de winstverhogende en winstverlagende discretionaire accruals), maar dit is een gekend probleem bij het meten van invloeden op auditkwaliteit.

7.2.2 Invloed van grootte van het auditbedrijf op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit

In dit deel zal de invloed van de grootte van het auditbedrijf op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit, en dus hypothese 5 t.e.m. 8, getoetst worden. Hiervoor zal per dimensie een interactieterm ingevoegd worden om de moderator te testen, met volgende regressiemodellen tot gevolg:

$$\begin{aligned} \text{WINSTVERHOGENDE_DA} = & \beta_0 + \beta_1 \text{PERC_FUNC} + \beta_2 \text{PERC_SOC} + \beta_3 \text{PERC_EMO} + \beta_4 \text{PERC_PRIJS} \\ & + \beta_5 \text{BIG4*PERC_FUNC} + \beta_6 \text{BIG4*PERC_SOC} + \beta_7 \text{BIG4*PERC_EMO} + \beta_8 \text{BIG4*PERC_PRIJS} + \beta_9 \\ & \text{BIG4} + \beta_{10} \text{INDSPEC} + \beta_{11} \text{SCHULDGRAAD} + \beta_{12} \text{LNACTIVA} + \beta_{13} \text{OPCF} + \beta_{14} \text{ROA} + \beta_{15} \\ & \text{GNBELASTING} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{WINSTVERLAGENDE_DA} = & \beta_0 + \beta_1 \text{PERC_FUNC} + \beta_2 \text{PERC_SOC} + \beta_3 \text{PERC_EMO} + \beta_4 \text{PERC_PRIJS} \\ & + \beta_5 \text{BIG4*PERC_FUNC} + \beta_6 \text{BIG4*PERC_SOC} + \beta_7 \text{BIG4*PERC_EMO} + \beta_8 \text{BIG4*PERC_PRIJS} + \beta_9 \\ & \text{BIG4} + \beta_{10} \text{INDSPEC} + \beta_{11} \text{SCHULDGRAAD} + \beta_{12} \text{LNACTIVA} + \beta_{13} \text{OPCF} + \beta_{14} \text{ROA} + \beta_{15} \\ & \text{GNBELASTING} \end{aligned}$$

De resultaten van deze regressiemodellen zijn terug te vinden in tabel 9. Om een modererend effect te kunnen aantonen, moeten zowel de interactieterm als de onafhankelijke variabelen met betrekking tot de perceptie significant zijn. Met betrekking tot de onafhankelijke variabelen is enkel de functionele perceptie bij de winstverlagende discretionaire accruals significant, en dit op het 10% significantieniveau. De richting van dit effect komt echter niet overeen met de vooropgestelde relatie: uit de resultaten blijkt dat een verbetering in de functionele perceptie van de CEO over auditing een slechtere auditkwaliteit met zich meebrengt. Dit kan erop wijzen dat kleinere bedrijven auditors eerder zien als belastingadviseurs. Verder kan er geen modererend effect worden aangetoond omdat voor de emotionele, sociale en prijsperceptie geen significante resultaten worden gevonden. Hierdoor kunnen hypothesen 6 t.e.m. 8 niet aanvaard worden.

Enkel voor de functionele dimensie kan nog een modererend effect worden aangetoond en dit bovendien alleen voor de winstverlagende accruals. Hiervoor zou de interactieterm BIG4*PERC_FUNC significant moeten zijn voor de winstverlagende accruals. Uit de resultaten blijkt dat deze interactieterm inderdaad significant is (op het 1% significantieniveau), maar niet op de manier die werd vooropgesteld in hypothese 5. Uit de resultaten blijkt immers dat de interactieterm een verzwakkend effect heeft op de relatie tussen de functionele perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit. Ook hypothese 5 kan dus niet geaccepteerd worden. Merk hierbij op dat de redenering achter de hypothese nog steeds kan kloppen. Uit het positieve teken van de interactieterm BIG4*PERC_FUNC blijkt immers dat het aanstellen van een Big 4 auditor het effect

van de perceptie op de auditkwaliteit vermindert aangezien de winstverlagende accruals meer richting nul laat gaan. Dit kan verklaard worden door het feit dat de Big 4 auditor meer zal ingaan tegen de klant, ook als hij mogelijk als belastingadviseur wordt gezien. In dit geval zal de onafhankelijkheid van de Big 4 auditor, die theoretisch onderbouwd wordt door onder andere DeAngelo (1981) (zie punt 4.1), een belangrijke rol spelen.

Tabel 9: Regressieresultaten m.b.t. hypothese 5 t.e.m. 8

	WINSTVERHOGENDE_DA	WINSTVERLAGENDE_DA
INTERCEPT	0,033	0,045
PERC_FUNC	0,004	-0,013*
PERC_SOC	-0,009	0,004
PERC_EMO	0,001	-0,002
PERC_PRIJS	-0,008	-0,003
BIG4*PERC_FUNC	-0,033***	0,041***
BIG4*PERC_SOC	-0,007	0,020*
BIG4*PERC_EMO	-0,007	-0,006
BIG4*PERC_PRIJS	-0,003	-0,009
BIG4	0,046***	-0,040***
INDSPEC	-0,043**	0,002
SCHULDGRAAD	0,047**	-0,065***
LNACTIVA	0,000	-0,006
OPCF	-0,121***	0,184***
ROA	0,322***	-0,148**
GNBELASTING	0,017	0,023
R²	13,60%	15,20%
Aangepaste R²	9,00%	11,10%
* Significant op het 10% significantieniveau		
** Significant op het 5% significantieniveau		
*** Significant op het 1% significantieniveau		

De resultaten met betrekking tot de controlevariabelen zijn heel vergelijkbaar met diegene die besproken werden bij hypothesen 1 t.e.m. 4 in het vorige deel (punt 7.2.1). De bespreking van de controlevariabelen in het vorige deel zijn dus ook hier van toepassing, met uitzondering van het vermelde significantieniveau van de ROA bij winstverlagende discretionaire accruals. Deze controlevariabele is nu significant op het 5% significantieniveau in plaats van op het 10% significantieniveau.

In vergelijking met het basismodel in het vorige deel heeft dit model wel meer verklarende kracht, zowel op basis van de R² als de aangepaste R². De verklarende kracht blijft echter laag.

7.2.3 Invloed van industriespecialisatie op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit

In dit laatste deel zal de invloed van industriespecialisatie op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit, en dus hypothesen 9 t.e.m. 12, getoetst worden. In navolging van onder andere Balsam et al. (2003) en Krishnan (2003) zal deze test uitgevoerd worden op het deel van de bedrijven dat een Big 4 auditor aanstelde om zo te controleren voor Big 4 bedrijven. De steekproef wordt hierdoor verkleind tot 124 cases voor de winstverhogende discretionaire accruals en 136 cases voor de winstverlagende discretionaire accruals. De toetsing zal gebeuren aan de hand van volgende regressiemodellen:

$$\begin{aligned} \text{WINSTVERHOGENDE_DA} = & \beta_0 + \beta_1 \text{PERC_FUNC} + \beta_2 \text{PERC_SOC} + \beta_3 \text{PERC_EMO} + \beta_4 \text{PERC_PRIJS} \\ & + \beta_5 \text{INDSPEC*PERC_FUNC} + \beta_6 \text{INDSPEC*PERC_SOC} + \beta_7 \text{INDSPEC*PERC_EMO} + \beta_8 \\ & \text{INDSPEC*PERC_PRIJS} + \beta_9 \text{INDSPEC} + \beta_{10} \text{SCHULDGRAAD} + \beta_{11} \text{LNACTIVA} + \beta_{12} \text{OPCF} + \beta_{13} \text{ROA} \\ & + \beta_{14} \text{GNBELASTING} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{WINSTVERLAGENDE_DA} = & \beta_0 + \beta_1 \text{PERC_FUNC} + \beta_2 \text{PERC_SOC} + \beta_3 \text{PERC_EMO} + \beta_4 \text{PERC_PRIJS} \\ & + \beta_5 \text{INDSPEC*PERC_FUNC} + \beta_6 \text{INDSPEC*PERC_SOC} + \beta_7 \text{INDSPEC*PERC_EMO} + \beta_8 \\ & \text{INDSPEC*PERC_PRIJS} + \beta_9 \text{INDSPEC} + \beta_{10} \text{SCHULDGRAAD} + \beta_{11} \text{LNACTIVA} + \beta_{12} \text{OPCF} + \beta_{13} \text{ROA} \\ & + \beta_{14} \text{GNBELASTING} \end{aligned}$$

De resultaten van deze regressiemodellen zijn terug te vinden in tabel 10. Zoals reeds vermeld moeten, om een modererend effect te bewijzen, de interactieterm en de onafhankelijke variabelen m.b.t. de perceptie van de CEO over auditing significant zijn. Voor de onafhankelijke variabelen geldt dat enkel de functionele perceptie significant is (op het 10% significantieniveau en in de vooropgestelde richting) bij de winstverhogende discretionaire accruals. Bij de winstverlagende discretionaire accruals is de sociale perceptie significant op 5%. Bijgevolg kunnen hypothesen 11 en 12 niet aanvaard worden omdat hier geen modererend effect meer kan optreden. Zowel de emotionele als prijsperceptie zijn immers niet significant.

Om hypothese 9 en 10, die betrekking heeft op de functionele en sociale dimensie, te kunnen aanvaarden moeten de bijbehorende interactietermen ook significant zijn. Dit is niet het geval, waardoor we ook hypothese 9 en 10 niet kunnen aanvaarden. We kunnen dus geen enkel modererend effect van industriespecialisatie aantonen.

Over de controlevariabelen kan gezegd worden dat enkel de schuldgraad (op het 10% significantieniveau) en de ROA (op het 1% en 5% significantieniveau voor respectievelijk de winstverhogende en winstverlagende accruals) significant zijn voor beide soorten accruals. De operationele cashflow is ook significant (op 1%) voor de winstverlagende discretionaire accruals en industriespecialisatie is significant (op 5%) voor de winstverhogende discretionaire accruals. Al deze variabelen hebben de verwachte richting, zoals eerder al werd besproken.

Tabel 10: Regressieresultaten m.b.t. hypotheses 9 t.e.m. 12

	WINSTVERHOGENDE_DA	WINSTVERLAGENDE_DA
INTERCEPT	-0,039	0,079
PERC_FUNC	-0,028*	0,016
PERC_SOC	-0,018	0,030**
PERC_EMO	-0,013	-0,014
PERC_PRIJS	-0,019	-0,010
INDSPEC*PERC_FUNC	-0,007	0,052*
INDSPEC*PERC_SOC	-0,006	-0,004
INDSPEC*PERC_EMO	0,019	0,027
INDSPEC*PERC_PRIJS	0,024	-0,017
INDSPEC	-0,047**	-0,014
SCHULDGRAAD	0,069*	-0,107*
LNACTIVA	0,006	-0,008
OPCF	-0,092	0,215***
ROA	0,513***	-0,304**
GNBELASTING	0,020	0,025
R ²	20,60%	24,70%
Aangepaste R ²	10,40%	15,90%
* Significant op het 10% significantieniveau		
** Significant op het 5% significantieniveau		
*** Significant op het 1% significantieniveau		

Bij dit model moet wel opgemerkt worden dat de verklarende kracht heel wat hoger ligt dan bij de vorige modellen. Zowel de R² (20,60% voor de winstverhogende en 24,70% voor de winstverlagende discretionaire accruals) als de aangepaste R² (10,40% voor de winstverhogende en 15,90% voor de winstverlagende discretionaire accruals) hebben hogere waarden. Dit is mogelijk te verklaren door de selectie van de Big 4 bedrijven. Het meeste onderzoek over auditkwaliteit situeert zich immers in Angelsaksische context waar Big 4 bedrijven een groot marktaandeel hebben. De controlevariabelen zullen bijgevolg ook vooral geschikt zijn voor steekproeven met een groot aantal Big 4 bedrijven.

7.2.4 Bijkomende analyses

Naast bovenstaande analyses werden ook nog enkel bijkomende analyses gedaan. Deze zullen in dit deel besproken worden.

Ten eerste werden de hypotheses getest aan de hand van de absolute discretionaire accruals en dus zonder de opsplitsing in winstverhogende en winstverlagende discretionaire accruals. De resultaten zijn gelijkaardig aan de bovenstaande resultaten, met uitzondering van de conclusie betreffende de prijsdimensie. Bij de analyse met absolute discretionaire accruals was deze dimensie niet significant, terwijl deze wel gedeeltelijk aanvaard kon worden bij de initiële analyse.

Ten tweede werd er ook een analyse uitgevoerd op enkel de bedrijven die een goedkeurende verklaring kregen. Wanneer een bedrijf geen goedkeurend verslag krijgt, zijn er mogelijk accruals in de jaarrekening aanwezig die door de auditor niet goedgekeurd worden. Dit kan dus een grote impact hebben op de discretionaire accruals die gebruikt worden in dit onderzoek. De resultaten uit deze analyse waren echter gelijkaardig aan de bovenstaande resultaten, behalve voor de invloed van de sociale perceptie op de auditkwaliteit, die in deze analyse niet kon worden aangetoond voor de winstverlagende accruals. Ook wanneer een dummyvariabele met betrekking tot de goedkeurende verklaring werd ingevoerd, kon dezelfde conclusie worden getrokken.

Verder werden nog analyses uitgevoerd met kleine methodologische wijzingen. Zo werden de stellingen niet gehercodeerd voor de factoranalyse werd uitgevoerd en werd nog een tweede maal gecontroleerd voor uitzonderlijke waarden. Deze analyses leidden tot dezelfde conclusies als hierboven. Wanneer zelf de onafhankelijke variabelen m.b.t. perceptie werden berekend, kon er geen significant verband tussen perceptie en auditkwaliteit gevonden worden voor de winstverhogende accruals. De andere resultaten waren wel gelijkaardig aan bovenstaande resultaten.

Ten vierde werden er ook wijzigingen aangebracht in de controlevariabelen. Wanneer er verder op de gezondheid van het bedrijf werd gefocust en de controlevariabelen "Liquiditeit" of "Altman Z-score", een score die aangeeft of een bedrijf in financiële problemen zal raken, werden toegevoegd, bleven de conclusies hetzelfde. Wanneer sectiedummies of de schuldgraad op lange termijn in plaats van de gewone schuldgraad bijgevoegd werden, kon er geen moderatie van Big 4 bedrijven worden aangetoond. Ook kon nergens een significant effect voor winstverlagende accruals worden aangetoond.

Verder werd er ook eens gecontroleerd voor een verandering van auditor, zowel via een controlevariabele als door alle bedrijven met een verandering van auditor te verwijderen uit de steekproef. Bij deze analyse kon enkel voor de winstverhogende accruals een verband worden gevonden tussen de sociale perceptie en de auditkwaliteit. Voor de moderaties zijn de resultaten gelijkaardig aan bovenstaande resultaten.

Daarnaast werden er verdere analyses uitgevoerd met betrekking tot de moderatie van de grootte van het auditbedrijf en dus de moderatie van een Big 4 auditor. Zo werd bijvoorbeeld de steekproef ook opgesplitst in een steekproef met bedrijven met een Big 4 auditor en een steekproef met bedrijven zonder een Big 4 auditor. Hoewel de steekproef zonder Big 4 auditors een zeer lage verklarende kracht had, waren er toch aanwijzingen dat de sociale perceptie een sterkere invloed zou kunnen hebben bij Big 4 auditors voor beide soorten accruals. Dezelfde aanwijzing kon ook gevonden worden voor de functionele dimensie, maar dit enkel bij de winstverhogende discretionaire accruals. Een andere analyse met betrekking tot de moderatie van de Big 4 auditors werd verricht door de variabelen van de perceptie anders te definiëren (in de vorm van Niet-Big 4*PERC) en de Big4 variabele te elimineren. De resultaten van deze analyse waren gelijkaardig aan diegene van bovenstaande analyses.

Ten slotte werd de analyse betreffende de moderatie van industriespecialisatie uitgevoerd op heel de steekproef en werd via een controlevariabele gecontroleerd voor de invloed van Big 4 bedrijven. Ook uit deze resultaten bleek dat geen moderatie van industriespecialisatie kan worden aangetoond.

Hoofdstuk 8 Conclusie

8.1 Conclusies

In deze masterproef werd er onderzoek gedaan naar een mogelijke invloed van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit. Dit werd gedaan aan de hand van volgende centrale onderzoeksvraag:

"In welke mate heeft de perceptie van de CEO over auditing een invloed op de auditkwaliteit en is dit verband hetzelfde voor elke auditor?"

In deze conclusie zal een antwoord gegeven worden op deze centrale onderzoeksvraag door te antwoorden op de deelvragen die in de probleemsituering (zie punt 1.2.2) werden geformuleerd.

De eerste deelvraag peilde naar het begrip audit en het belang van een onafhankelijke audit. Bij het omschrijven van een audit werd de nadruk gelegd op het proces van de audit en de objectieve en onafhankelijke manier waarop dit zou moeten gebeuren. Om meer inzicht te krijgen in het nut van een audit, kwam de agency theory aan bod. Hierin werd duidelijk dat managers een stimulans hebben om in hun eigen belang te werken, in plaats van in het belang van de eigenaars en schuldenaars. Voor de eigenaars en schuldeisers is het echter niet gemakkelijk om de managers te controleren vanwege informatieasymmetrie. Een controle is mogelijk via de financiële staten van de onderneming, maar deze worden opgesteld door de manager en kunnen dus gemanipuleerd worden door de manager. De auditor kan hier een meerwaarde betekenen door deze financiële staten te controleren. Hierbij is het erg belangrijk dat deze auditor onafhankelijk is, aangezien anders de mogelijkheid bestaat dat hij nog manipulaties door de vingers zal zien en dat de auditor de informatieasymmetrie niet kan verminderen. Dit is niet enkel een probleem voor de aandeelhouders en schuldeisers, maar voor elke stakeholder die de financiële staten van het bedrijf gebruikt om beslissingen te nemen.

Daarnaast was het ook belangrijk om de perceptie van de CEO over auditing verder uit te diepen. Deze perceptie, gebaseerd op een audit die reeds gebeurd was, werd voor het eerst ingedeeld in vier dimensies: de functionele, sociale, emotionele en prijsdimensie. Per dimensie werden de mogelijke oorzaken besproken die konden leiden tot een verbetering of verslechtering van de perceptie van de CEO over auditing, waarna hypothesen werden opgesteld om deze verschillende dimensies van de perceptie te relateren aan auditkwaliteit. Deze hypothesen veronderstelden allemaal een positief verband. Een steeds beter wordende perceptie zou immers zorgen voor meer medewerking van de CEO, waardoor de auditor meer informatie had en dus kon zorgen voor een betere auditkwaliteit. Wanneer de perceptie echter slechter werd, zou het mogelijk zijn dat de CEO zou tegenwerken, met een lagere auditkwaliteit tot gevolg. Ten slotte werd gesteld dat de functionele dimensie mogelijk het grootste effect kon hebben, omdat de CEO hier intrinsiek gemotiveerd was om mee of tegen te werken.

Om deze link te kunnen leggen met auditkwaliteit, moest ook het concept auditkwaliteit en zijn maatstaven worden besproken. Auditkwaliteit werd gerelateerd aan twee elementen, namelijk de technische vaardigheden en de onafhankelijkheid van de auditor. Ook bleek auditkwaliteit een moeilijk concept te zijn om mee te werken: er is heel wat discussie over welke maatstaf nu het beste is en over hoe auditkwaliteit nu juist gemeten moet worden. Uit een reeks van mogelijkheden werd in deze masterproef gekozen om discretionaire accruals te gebruiken om auditkwaliteit te meten. Deze onverwachte accruals meten het verschil tussen de operationele cashflow en de winst, en dan meer bepaald het deel hiervan dat niet voorspeld kan worden. Om deze discretionaire accruals te berekenen, werd de cross-sectionele versie van het Modified Jones Model van Dechow et al. (1995) gebruikt.

Ook werd er aandacht besteed aan twee factoren die mogelijk een modererend effect kunnen hebben op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit. De eerste factor was de grootte van het auditbedrijf. Een groot auditbedrijf wordt vaak verondersteld onafhankelijker te zijn, meer resources, kennis en ervaring in huis te hebben en daarom zouden grote auditbedrijven een hogere auditkwaliteit kunnen afleveren. Wanneer de CEO tegenwerkt omdat hij een slechte perceptie heeft over auditing, zou een groot auditbedrijf meer kunnen blijven aandringen om informatie. Wanneer de CEO daarentegen meewerkt, kan er synergie optreden en zou de auditkwaliteit dus sterk kunnen stijgen. Vanwege dit laatste argument werd een versterkend modererend effect op de relatie tussen de verschillende dimensies van de perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit vooropgesteld.

Ook voor de tweede factor, industriespecialisatie, werd een versterkend modererend effect vooropgesteld. Van industriespecialisten wordt immers evengoed verwacht dat ze een hogere auditkwaliteit kunnen leveren omdat ze veel kennis en ervaring hebben opgedaan in de sector en veel investeren in de sector. Bovendien hebben zij een reputatie die ze hoog willen houden. Ook zij zullen dus blijven aandringen bij te weinig informatie en synergie creëren bij medewerking van de CEO.

Met deze hypothesen werd het empirisch onderzoek gestart. In eerste instantie werd hier gekeken naar de invloed van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit zonder moderatoren. Hieruit bleek dat een sociale perceptie op een positieve wijze gerelateerd is met auditkwaliteit. Ook werd een positieve relatie gevonden tussen de prijsperceptie en auditkwaliteit, maar dit enkel voor de winstverhogende accruals. Voor de functionele en emotionele perceptie kon echter geen verband gevonden worden. Hierbij werd aangehaald dat een goedkeurend verslag en de reputatie van een bedrijf blijkbaar als erg belangrijk beschouwd worden door bedrijven. Uit deze resultaten kunnen er dus aanwijzingen gevonden worden met betrekking tot de invloed van de perceptie van de CEO op de auditkwaliteit.

Wanneer de hypothesen van de moderatoren bekeken werden, kon er voor industriespecialisatie geen modererend effect worden aangetoond. Voor de grootte van het auditbedrijf daarentegen kon een negatief effect aangetoond worden op de relatie tussen de functionele perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit, maar dit enkel voor de winstverlagende discretionaire accruals. Dit is dus

geen positief effect zoals werd vooropgesteld in de hypothesen. Bovendien was de functionele perceptie negatief gerelateerd aan auditkwaliteit. Een mogelijke verklaring hiervoor was dat de kleinere bedrijven een auditor eerder zien als een belastingadviseur. Daarnaast bleek een Big 4 auditor meer accruals met zich mee te brengen. Dit kan mogelijk verklaard worden door de steeds wisselende auditteams bij kleinere bedrijven. Een duidelijk modererend effect van een Big 4 auditor is er dus niet, maar het lijkt wel aangeraden om hier meer onderzoek naar te doen.

8.2 Beperkingen van het onderzoek

Om voorgaande conclusies juist te kaderen lijkt het aangewezen om ook de beperkingen en zwakke punten van dit onderzoek aan te halen. Bijgevolg worden hier de belangrijkste zwakke punten en beperkingen van dit onderzoek besproken.

Een eerste beperking is gerelateerd aan het meten van auditkwaliteit. In de literatuur zijn er heel wat maatstaven ontwikkeld om auditkwaliteit te meten, maar geen enkele manier om auditkwaliteit of de discretionaire accruals te berekenen is perfect (Francis, 2011). Het Modified Jones Model van Dechow et al. (1995), zoals die gebruikt werd in deze masterproef, heeft bijvoorbeeld het uitgangspunt dat alle aankopen op krediet een gevolg zijn van earnings management, een uitgangspunt dat niet altijd even realistisch is.

In het verlengde van dit argument kan ook gezegd worden dat er al heel wat onderzoek gedaan is naar variabelen die auditkwaliteit kunnen verklaren, maar dat ook op dit vlak nog veel werk te verrichten is (Francis, 2011). Het aandeel van auditkwaliteit dat ze verklaren blijft immers laag, zoals ook blijkt uit deze masterproef. Er is dus een reële kans op omitted variable bias, hoewel gepoogd werd deze kans zoveel mogelijk te verkleinen gedurende het onderzoek.

Daarnaast wordt in deze masterproef een nieuwe variabele geïntroduceerd die in bepaalde gevallen een invloed bleek te hebben op auditkwaliteit, namelijk de perceptie van de CEO over auditing. Aangezien deze variabele voor het eerst in dimensies wordt gemeten, is het mogelijk dat de manier waarop deze gemeten werd niet optimaal is. De factoranalyse toont ook aan dat sommige factoren een andere dimensie verklaarden dan initieel beoogd werd. Ook werd de perceptie van de CEO over auditing gemeten alsof deze toebehoort aan één jaar, terwijl deze perceptie zich gedurende de jaren ontwikkeld kan hebben.

Ten slotte kan de lage responsgraad de resultaten beïnvloeden. Door deze lage responsgraad moesten gedurende het onderzoek verschillende sectoren uit de dataset worden verwijderd, waardoor er geopteerd werd voor een indeling in secties. Ook hier moesten er echter meerdere secties uit het onderzoek worden verwijderd. Het is daarom mogelijk dat deze verwijderde secties een andere impact hadden op de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en de auditkwaliteit en zo een ander licht hadden kunnen werpen op deze relatie.

8.3 Bijdragen van het onderzoek

Zoals reeds aangehaald in de probleemstelling (zie punt 1.1) is er slechts weinig onderzoek verricht naar de invloed van de CEO op de auditkwaliteit (Carcello et al., 2011). Dit vormt een hiaat in de academische literatuur omtrent de externe audit, aangezien er aanwijzingen zijn dat de CEO een invloed kan hebben op de auditor en de auditkwaliteit (Carcello & Neal, 2000, 2003; Cheng & Leung, 2012; Cohen et al., 2010). Carcello et al. (2011) vraagt dan ook om meer aandacht te besteden aan het management.

Met betrekking tot de perceptie van de CEO over auditing is er ook slechts weinig wetenschappelijke literatuur terug te vinden. Betreffende de invloed van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit is er zelfs nog geen onderzoek verricht. Deze masterproef draagt daarom bij aan de schaarse literatuur betreffende de invloed van de CEO op de auditkwaliteit en onderzoekt voor het eerst de invloed van de perceptie van de CEO op de auditkwaliteit. Uit de resultaten van deze masterproef komen aanwijzingen voort dat de perceptie van de CEO inderdaad een invloed kan hebben op de auditkwaliteit.

Ten slotte is ook de meting van de perceptie van de CEO over auditing een grote bijdrage tot de bestaande wetenschappelijke literatuur. De manier waarop de perceptie van de CEO over auditing werd gemeten is immers uniek in de bestaande wetenschappelijke literatuur: voor het eerst werd de perceptie van de CEO over auditing opgesplitst in vier dimensies, de functionele, sociale, emotionele en prijsdimensie, op basis van werk van Sweeney en Soutar (2001). Op deze manier kunnen meerdere facetten van de perceptie van de CEO over auditing gemeten en geanalyseerd worden. De resultaten van deze masterproef ondersteunen deze opdeling in dimensies en geven aan dat deze dimensies een verschillende invloed kunnen hebben op auditkwaliteit.

8.4 Aanbevelingen voor verder onderzoek

Bij wijze van afsluiting van deze masterproef zullen er in dit deel nog een aantal aanbevelingen gegeven worden voor verder onderzoek.

Deze masterproef onderzocht de invloed van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit. Er zijn echter ook aanwijzingen dat de perceptie van de CFO over auditing een invloed kan hebben op de auditkwaliteit. Zo bleek ook de CFO, net als de CEO, een belangrijke invloed te hebben op het aanstellen en ontslaan van de auditor (Cohen et al., 2010). Een onderzoek van KPMG (2004, in Cohen et al., 2010) vond zelfs bewijs dat de CFO een grotere invloed had dan de CEO. Hierdoor lijkt dit dan ook een interessante onderzoekspiste.

Verder werd de relatie tussen de perceptie van de CEO over auditing en auditkwaliteit gemeten binnen een Belgische, private context. Onderzoek in een andere context lijkt ook aangeraden. In Angelsaksische landen bijvoorbeeld is het positieve effect van Big 4 auditors op auditkwaliteit veel duidelijker, waardoor onderzoek in bijvoorbeeld Groot-Brittannië of de Verenigde Staten andere

resultaten kan opleveren dan de resultaten van deze masterproef. Ook onderzoek in publieke context kan mogelijk andere resultaten opleveren. Dit lijken dan ook beloftevolle pistes voor verder onderzoek.

Een van de beperkingen omvatte de manier waarop auditkwaliteit werd gemeten. In de uitgebreide academische literatuur zijn er heel wat maatstaven ontwikkeld om auditkwaliteit te benaderen. Zelfs wanneer voor discretionaire accruals gekozen wordt, zijn er nog een heel aantal accrualmodellen waaruit gekozen kan worden. Hiernaast kunnen de resultaten van dit onderzoek samenhangen met de maatstaf van auditkwaliteit die er in dit onderzoek gebruikt werd, namelijk de meting van discretionaire accruals via het Modified Jones model. Hierdoor lijkt het aangewezen om deze relatie te testen met andere maatstaven voor auditkwaliteit.

Daarnaast lijkt het ook interessant om CEO's te interviewen over hun perceptie over auditing. In deze masterproef werd immers initieel aangenomen dat de functionele dimensie de belangrijkste dimensie zou zijn, terwijl uit de resultaten bleek dat de sociale dimensie een grotere rol speelt. Bij het toetsen van het modererend effect van de grootte van het auditbedrijf kwam de functionele dimensie wel naar voor, maar in een andere richting dan werd aangenomen. Door een kwalitatief onderzoek met CEO's zouden de achterliggende redenen van deze resultaten verder uitgezocht kunnen worden.

Ten slotte moet er aangehaald worden dat in deze masterproef slechts een klein aspect van de externe audit werd onderzocht. Zo werd er niet gekeken naar de aanstelling- en ontslagprocedure van een externe auditor. Hier spelen de raad van bestuur, die een auditor voorstelt, en de algemene vergadering der aandeelhouders, die een auditor kan ontslaan en bij het aanstellen van een auditor de beslissing van de raad van bestuur goed- of afkeurt, een grote rol. Ook hier is meer onderzoek aangeraden naar bijvoorbeeld de combinatie van de perceptie van de CEO over auditing en de macht die hij kan uitoefenen op het proces van het aanstellen en ontslaan van auditors.

Lijst van geraadpleegde werken

Aghaei Chadegani, A. (2011). Review of studies on audit quality [Elektronische versie]. *International Proceedings of Economics Development and Research*, 20, 312-317.

Audousset-Coulier, S., Jeny, A., & Jiang, L. (2016). The Validity of Auditor Industry Specialization Measures [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 35(1), 139-161.

Balsam, S., Krishnan, J., & Yang, J. S. (2003). Auditor Industry Specialization and Earnings Quality [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 22(2), 71-97.

Bartov, E., Gul, F. A., & Tsui, J. S. L. (2000). Discretionary-accruals models and audit qualifications [Elektronische versie]. *Journal of Accounting & Economics*, 30(3), 421-452.

Becker, C. L., DeFond, M. L., Jiambalvo, J., & Subramanyam, K. R. (1998). The Effect of Audit Quality on Earnings Management [Elektronische versie]. *Contemporary Accounting Research*, 15(1), 1-24.

Benston, G. J. (2006). Fair-value accounting: A cautionary tale from Enron [Elektronische versie]. *Journal of Accounting & Public Policy*, 25(4), 465-484.

Berk, J., & DeMarzo, P. (2014). *Corporate Finance*. Harlow: Pearson Education Limited.

Bureau Van Dijk. (s.d.). *Bel-First: Financiële en economische informatie over bedrijven in België en Luxemburg*. Opgevraagd op 13 maart, 2016, via <http://www.bvdinfo.com/nl-be/our-products/company-information/national-products/bel-first>

Carcello, J. V., Hermanson, D. R., & Zhongxia, Y. (2011). Corporate Governance Research in Accounting and Auditing: Insights, Practice Implications, and Future Research Directions [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 30(3), 1-31.

Carcello, J. V., & Nagy, A. L. (2004). Client size, auditor specialization and fraudulent financial reporting [Elektronische versie]. *Managerial Auditing Journal*, 19(5), 651-668.

Carcello, J. V., & Neal, T. L. (2000). Audit Committee Composition and Auditor Reporting [Elektronische versie]. *Accounting Review*, 75(4), 453-467.

Carcello, J. V., & Neal, T. L. (2003). Audit Committee Characteristics and Auditor Dismissals Following 'New' Going-Concern Reports [Elektronische versie]. *Accounting Review*, 78(1), 95-116.

Carreyrou, J. (2000, 13 november). Former KPMG Auditor Works For Lernout & Hauspie Affiliate. *The Wall Street Journal*. Opgevraagd op 13 oktober, 2015, via <http://www.wsj.com/articles/SB974058370486034792>

- Chang, C., & Dibb, S. (2012). Reviewing and conceptualising customer-perceived value [Elektronische versie]. *Marketing Review*, 12(3), 253-274.
- Chen, T. (2012). Analysis on accrual-based models in detecting earnings management [Elektronische versie]. *Lingnan Journal of Banking, Finance and Economics*, 2(1), 58-65.
- Cheng, L. T. W., & Leung, T. Y. (2012). The Effects of Management Demography on Auditor Choice and Earnings Quality: Evidence from China [Elektronische versie]. *Review of Pacific Basin Financial Markets & Policies*, 15(2), 1150009-1150001-1150009-1150037.
- Choi, J.-H., Kim, C., Kim, J.-B., & Zang, Y. (2010). Audit Office Size, Audit Quality, and Audit Pricing [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 29(1), 73-97.
- Cohen, J., Krishnamoorthy, G., & Wright, A. (2004). The Corporate Governance Mosaic and Financial Reporting Quality [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Literature*, 23, 87-152.
- Cohen, J., Krishnamoorthy, G., & Wright, A. (2010). Corporate Governance in the Post-Sarbanes-Oxley Era: Auditors' Experiences [Elektronische versie]. *Contemporary Accounting Research*, 27(3), 751-786.
- Colbert, J. L., & Jahera, J. S. (1988). The Role of the Audit and Agency Theory [Elektronische versie]. *Journal of Applied Business Research*, 4(2), 7-12.
- de Vocht, A. (2013). *Basishandboek SPSS 21*. Utrecht: Bijleveld Press.
- DeAngelo, L. E. (1981). Auditor size and audit quality [Elektronische versie]. *Journal of accounting and economics*, 3(3), 183-199.
- Dechow, P. M., Ge, W., & Schrand, C. (2010). Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences [Elektronische versie]. *Journal of Accounting & Economics*, 50(2), 344-401.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (1995). Detecting Earnings Management [Elektronische versie]. *Accounting Review*, 70(2), 193-225.
- Dries, R., Van Brussel, L., & Willekens, M. (2011). *Handboek Auditing*. Antwerpen: Intersentia.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review [Elektronische versie]. *Academy of Management Review*, 14(1), 57-74.
- Elliott, R. K., & Jacobson, P. D. (1994). Costs and Benefits of Business Information Disclosure [Elektronische versie]. *Accounting Horizons*, 8, 80-96.

Eshleman, J. D., & Peng, G. (2014). Do Big 4 Auditors Provide Higher Audit Quality after Controlling for the Endogenous Choice of Auditor? [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 33(4), 197-219.

Field, A. (2005, 10 december). *Factor Analysis using SPSS*. Opgevraagd op 29 maart, 2016, via users.sussex.ac.uk/~andyf/factor.pdf

Flint, D. J., Woodruff, R. B., & Gardial, S. F. (1997). Customer Value Change in Industrial Marketing Relationships: A Call for New Strategies and Research [Elektronische versie]. *Industrial Marketing Management*, 26(2), 163-175.

FOD Economie, K.M.O., Middenstand en Energie. (z.d.). *Europa*. Opgevraagd op 27 juli, 2015, via http://economie.fgov.be/nl/ondernemingen/leven_onderneming/Formalites_Comptables/Wettelijke_controle_jaarrekening/Europa/

Fontaine, R., Letaifa, S. B., & Herda, D. (2013). An Interview Study to Understand the Reasons Clients Change Audit Firms and the Client's Perceived Value of the Audit Service [Elektronische versie]. *Current Issues in Auditing*, 7(1), A1-A14.

Francis, J. R. (2004). What do we know about audit quality? [Elektronische versie]. *British Accounting Review*, 36(4), 345-368.

Francis, J. R. (2011). A Framework for Understanding and Researching Audit Quality [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 30(2), 125-152.

Francis, J. R., & Krishnan, J. (1999). Accounting Accruals and Auditor Reporting Conservatism [Elektronische versie]. *Contemporary Accounting Research*, 16(1), 135-165.

Francis, J. R., Maydew, E. L., & Sparks, H. C. (1999). The Role of Big 6 Auditors in the Credible Reporting of Accruals [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 18(2), 17-34.

Francis, J. R., & Yu, M. D. (2009). Big 4 Office Size and Audit Quality [Elektronische versie]. *Accounting Review*, 84(5), 1521-1552.

Goergen, M. (2012). *International Corporate Governance*. Harlow: Pearson Education Limited.

Gramling, A. A., & Stone, D. N. (2001). Audit firm industry expertise: A review and synthesis of the archival literature [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Literature*, 20, 1-29.

Graydon Belgium NV. (2008). *Studie met betrekking tot de controle van jaarrekeningen door commissarissen*. Opgevraagd op 11 november, 2015, via http://www.graydon.be/stats/Default.aspx?i=63&artikels_id=333

Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting [Elektronische versie]. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383.

Hope, O.-K., Langli, J. C., & Thomas, W. B. (2012). Agency conflicts and auditing in private firms [Elektronische versie]. *Accounting, Organizations & Society*, 37(7), 500-517.

Huang, C., & Liang, H.-K. (2014). Can Auditors Restrain Firms from Earnings Management? [Elektronische versie]. *International Journal of Business & Information*, 9(3), 361-387.

Institute for Digital Research and Education. (s.d.). *Robust Regression*. Opgevraagd op 31 maart, 2016, via <http://www.ats.ucla.edu/stat/stata/dae/rreg.htm>

Instituut van de Bedrijfsrevisoren. (2014, 31 december). *Samenvatting openbaar register*. Opgevraagd op 29 maart, 2016, via https://www.ibr-ire.be/nl/register_lijsten/belgie/Samenvatting/Pages/Default.aspx

Instituut van de Bedrijfsrevisoren. (s.d.-a). *Audit van de jaarrekening*. Opgevraagd op 28 september, 2015, via https://www.ibr-ire.be/nl/het_beroep/de_bedrijfsrevisor/audit_van_de_jaarrekening/Pages/default.aspx

Instituut van de Bedrijfsrevisoren. (s.d.-b). *Openbaar register: Bedrijfsrevisoren (natuurlijke personen)*. Opgevraagd op 13 maart, 2016, via https://www.ibr-ire.be/nl/register_lijsten/belgie/Pages/Bedrijfsrevisoren.aspx

Instituut van de Bedrijfsrevisoren. (s.d.-c). *Openbaar register: Bedrijfsrevisorenkantoren*. Opgevraagd op 13 maart, 2016, via https://www.ibr-ire.be/nl/register_lijsten/belgie/Pages/Kantoren.aspx

Instituut van de Bedrijfsrevisoren. (s.d.-d). *Wat is een bedrijfsrevisor?* Opgevraagd op 2015, 28 september, via https://www.ibr-ire.be/nl/het_beroep/de_bedrijfsrevisor/wat_is_een_bedrijfsrevisor/Pages/default.aspx

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure [Elektronische versie]. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.

Jiang, L., Jeny-Cazavan, A., & Audoussat-Coulier, S. (2012). Who are Industry Specialist Auditors? *Comptabilités et innovation*. Opgevraagd op <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00691057>

Johnstone, K. M., Gramling, A. A., & Rittenberg, L. E. (2014). *Auditing: A Risk-Based Approach to Conducting a Quality Audit*. South-Western Cengage Learning.

- Jones, J. J. (1991). Earnings Management During Import Relief Investigations [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193-228.
- Jta. (2011, 25 juli). Lernout & Hauspie: from hero to zero. *De Standaard*. Opgevraagd op 28 juli, 2015, via http://www.standaard.be/cnt/dmf20110724_109
- Klein, A. (1998). Firm Performance and Board Committee Structure [Elektronische versie]. *Journal of Law & Economics*, 41(1), 275-303.
- Knechel, W. R., Krishnan, G. V., Pevzner, M., Shefchik, L. B., & Velury, U. K. (2013). Audit Quality: Insights from the Academic Literature [Elektronische versie]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 32(1), 385-421.
- Kothari, S. P., Leone, A. J., & Wasley, C. E. (2005). Performance matched discretionary accrual measures [Elektronische versie]. *Journal of Accounting & Economics*, 39(1), 163-197.
- Krishnan, G. V. (2003). Does Big 6 Auditor Industry Expertise Constrain Earnings Management? [Elektronische versie]. *Accounting Horizons*, 17, 1-16.
- Kueppers, R. J., & Sullivan, K. B. (2010). How and why an independent audit matters [Elektronische versie]. *International Journal of Disclosure & Governance*, 7(4), 286-293.
- Lin, J. W., & Hwang, M. I. (2010). Audit Quality, Corporate Governance, and Earnings Management: A Meta-Analysis [Elektronische versie]. *International Journal of Auditing*, 14(1), 57-77.
- Minnis, M. (2011). The Value of Financial Statement Verification in Debt Financing: Evidence from Private U.S. Firms [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Research*, 49(2), 457-506.
- Minutti-Meza, M. (2013). Does Auditor Industry Specialization Improve Audit Quality? [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Research*, 51(4), 779-817.
- Nationale Bank van België. (2016). *Balanscentrale*. Opgevraagd op 13 maart, 2016, via <https://www.nbb.be/nl/balanscentrale>
- Oppel, R. A. J. (2001, 22 november). Employees' Retirement Plan Is a Victim as Enron Tumbles. *The New York Times*. Opgevraagd op 13 oktober, 2015, via <http://www.nytimes.com/2001/11/22/business/employees-retirement-plan-is-a-victim-as-enron-tumbles.html>
- Palmrose, Z.-V. (1988). An Analysis of Auditor Litigation and Audit Service Quality [Elektronische versie]. *Accounting Review*, 63(1), 55-73.

Peasnell, K. V., Pope, P. F., & Young, S. (2000). Detecting earnings management using cross-sectional abnormal accruals models [Elektronische versie]. *Accounting & Business Research (Wolters Kluwer UK)*, 30(4), 313-326.

Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Raedts, M., & Masui, C. (2007). *Van vraag tot tekst: Praktische leidraad voor literatuurverslagen*. Leuven: Uitgeverij Acco.

Sarbanes-Oxley Act. (2002, 23 januari). Opgevraagd op 23 september, 2015, via <http://www.sox-online.com/soxact.html>

Sarens, G., Reheul, A.-M., Van Caneghem, T., De Vlaminck, N., & Dierick, J. (2012). De rol van de bedrijfsrevisor in bedrijven die niet verplicht zijn een bedrijfsrevisor aan te stellen.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.

Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values [Elektronische versie]. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170.

Statistics Belgium. (s.d.). *NACE-BEL 2008*. Opgevraagd op 14 maart, 2016, via <http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/gegevensinzameling/nomenclaturen/nacebel/>

Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale [Elektronische versie]. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.

Tepalagul, N., & Lin, L. (2015). Auditor Independence and Audit Quality: A Literature Review [Elektronische versie]. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 30(1), 101-121.

Uлага, W., & Chacour, S. (2001). Measuring Customer-Perceived Value in Business Markets [Elektronische versie]. *Industrial Marketing Management*, 30(6), 525-540.

Van Tendeloo, B., & Vanstraelen, A. (2008). Earnings Management and Audit Quality in Europe: Evidence from the Private Client Segment Market [Elektronische versie]. *European Accounting Review*, 17(3), 447-469.

Vander Bauwhede, H., & Willekens, M. (1998). Earnings management and institutional differences: Belgian evidence and audit quality as a constraint on earnings management [Elektronische versie]. *KULeuven onderzoeksrapport 9834*.

Vander Bauwhede, H., & Willekens, M. (2004). Evidence on (the lack of) audit-quality differentiation in the private client segment of the Belgian audit market [Elektronische versie]. *European Accounting Review*, 13(3), 501-522.

Vander Bauwhede, H., Willekens, M., & Gaeremynck, A. (2003). Audit firm size, public ownership, and firms' discretionary accruals management [Elektronische versie]. *International Journal of Accounting*, 38(1), 1-22.

Veestraeten, L. (2014). *De keuze voor auditkwaliteit: de CEO als drijvende kracht?* (masterproef). Opgevraagd via <http://hdl.handle.net/1942/17367>

Watkins, A. L., Hillison, W., & Morecroft, S. E. (2004). Audit Quality: A Synthesis of Theory and Empirical Evidence [Elektronische versie]. *Journal of Accounting Literature*, 23, 153-193.

Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1983). Agency problems, auditing, and the theory of the firm: Some evidence [Elektronische versie]. *Journal of law and Economics*, 26(3), 613-633.

Wetboek van Vennootschappen. (2016). Opgevraagd op 27 juli, 2015, via http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=1999050769

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence [Elektronische versie]. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

Bijlagen

Bijlage 1: Vragenlijst

Stellingen die betrekking hebben op de functionele dimensie:

1. De externe audit verbetert de efficiëntie en betrouwbaarheid van onze bedrijfsprocessen/interne controle.
2. De externe audit verbetert de kwaliteit van de jaarrekening.
3. Een externe audit verschaft ons nuttig advies (bv. via de management letter of informeel).
4. Een externe audit heeft een positieve invloed op de performantie van ons bedrijf.
5. Een externe audit versterkt het deugdelijk bestuur binnen ons bedrijf.

Stellingen die betrekking hebben op de emotionele dimensie:

1. Een externe audit beperkt mijn flexibiliteit als bedrijfsleider.
2. Een externe audit geeft me het vervelende gevoel dat ik als bedrijfsleider gecontroleerd wordt.
3. De aanwezigheid van een externe auditor stoort me.
4. Een externe audit stelt me gerust over de financiële rapportering van onze resultaten.
5. Ik vind een externe audit tijdverlies.

Stellingen die betrekking hebben op de prijsdimensie:

1. De fee die de auditor aanrekent voor zijn diensten is te hoog in verhouding tot de dienst zelf.
2. Een externe audit biedt geen meerwaarde bovenop de externe boekhouder of accountant.
3. De prijs van een externe audit is redelijk.
4. De voordelen van het laten uitvoeren van een audit overstijgen de kosten (inclusief de tijdsinvestering).
5. Een externe audit is een nuttige dienst in vergelijking met de kostprijs ervan.

Stellingen die betrekking hebben op de sociale dimensie:

1. Door het laten uitvoeren van een externe audit verhoogt onze geloofwaardigheid naar klanten en leveranciers.
2. Een externe audit verhoogt onze geloofwaardigheid bij de fiscus.
3. Een externe audit vereenvoudigt de toegang tot schuldfinanciering (leningen).
4. Het laten uitvoeren van een audit verhoogt mijn persoonlijke geloofwaardigheid naar de raad van bestuur en de (andere) aandeelhouders.
5. Een externe audit bevestigt de goede prestaties van een bedrijf naar de buitenwereld toe.

Bijlage 2: Lijst met secties en sectoren⁶

Afdeling	Naam afdeling	Aantal bedrijven	Sectie	Naam sectie	Aantal bedrijven
01	Teelt van gewassen, veeteelt, jacht en diensten in verband met deze activiteiten	3	A	Landbouw, bosbouw en visserij	4
02	Bosbouw en de exploitatie van bossen	1			
03	Visserij en aquacultuur	0			
05	Winning van steenkool en bruinkool	0	B	Winning van delfstoffen	2
06	Winning van aardolie en aardgas	0			
07	Winning van metaalertsen	0			
08	Overige winning van delfstoffen	2			
09	Ondersteunende activiteiten in verband met de mijnbouw	0			
10	Vervaardiging van voedingsmiddelen	28	C	Industrie	190
11	Vervaardiging van dranken	3			
12	Vervaardiging van tabaksproducten	1			
13	Vervaardiging van textiel	6			
14	Vervaardiging van kleding	1			
15	Vervaardiging van leer en van producten van leer	0			
16	Houtindustrie en vervaardiging van artikelen van hout en van kurk, exclusief meubelen; vervaardiging van artikelen van riet en van vlechtwerk	2			
17	Vervaardiging van papier en papierwaren	10			
18	Drukkerijen, reproductie van opgenomen media	8			

⁶ Afdelingen die tot de originele selectie behoorden worden in het vet weergegeven in de eerste drie rijen van de tabel. Hierdoor zouden 150 cases worden verwijderd. In de laatste drie kolommen werd in het vet aangeduid welke secties gebruikt worden in het onderzoek. Door de indeling in secties, de indeling die doorheen het onderzoek werd gebruikt, werden slechts 30 cases verwijderd.

Afdeling	Naam afdeling	Aantal bedrijven	Sectie	Naam sectie	Aantal bedrijven
19	Vervaardiging van cokes en van geraffineerde aardolieproducten	0	C	Industrie (vervolg)	190
20	Vervaardiging van chemische producten	18			
21	Vervaardiging van farmaceutische grondstoffen en producten	4			
22	Vervaardiging van producten van rubber of kunststof	19			
23	Vervaardiging van andere niet-metaalhoudende minerale producten	14			
24	Vervaardiging van metalen in primaire vorm	6			
25	Vervaardiging van producten van metaal, exclusief machines en apparaten	23			
26	Vervaardiging van informaticaproducten en van elektronische en optische producten	10			
27	Vervaardiging van elektrische apparatuur	5			
28	Vervaardiging van machines, apparaten en werktuigen, n.e.g.	10			
29	Vervaardiging en assemblage van motorvoertuigen, aanhangwagens en opleggers	6			
30	Vervaardiging van andere transportmiddelen	1			
31	Vervaardiging van meubelen	6			
32	Overige industrie	2			
33	Reparatie en installatie van machines en apparaten	7			
35	Productie en distributie van elektriciteit, gas, stoom en gekoelde lucht	3	D	Productie en distributie van elektriciteit, gas, stoom en gekoelde lucht	3

Afdeling	Naam afdeling	Aantal bedrijven	Sectie	Naam sectie	Aantal bedrijven
36	Winning, behandeling en distributie van water	0	E	Distributie van water; afval- en afvalwaterbeheer en sanering	10
37	Afvalwaterafvoer	1			
38	Inzameling, verwerking en verwijdering van afval; terugwinning	9			
39	Sanering en ander afvalbeheer	0			
41	Bouw van gebouwen; ontwikkeling van bouwprojecten	26	F	Bouwnijverheid	66
42	Weg- en waterbouw	12			
43	Gespecialiseerde bouwwerkzaamheden	28			
45	Groot- en detailhandel in en onderhoud en reparatie van motorvoertuigen en motorfietsen	36	G	Groot- en detailhandel; reparatie van auto's en motorfietsen	252
46	Groothandel en handelsbemiddeling, met uitzondering van de handel in motorvoertuigen en motorfietsen	193			
47	Detailhandel, met uitzondering van de handel in auto's en motorfietsen	23			
49	Vervoer te land en vervoer via pijpleidingen	12	H	Vervoer en opslag	47
50	Vervoer over water	3			
51	Luchtvaart	0			
52	Opslag en vervoerondersteunende activiteiten	29			
53	Posterijen en koeriers	3			
55	Verschaffen van accommodatie	6	I	Verschaffen van accommodatie en maaltijden	7
56	Eet- en drinkgelegenheden	1			

Afdeling	Naam afdeling	Aantal bedrijven	Sectie	Naam sectie	Aantal bedrijven
58	Uitgeverijen	7	J	Informatie en communicatie	25
59	Productie van films en video- en televisieprogramma's, maken van geluidsopnamen en uitgeverijen van muziekopnamen	3			
60	Programmeren en uitzenden van radio- en televisieprogramma's	1			
61	Telecommunicatie	2			
62	Ontwerpen en programmeren van computerprogramma's, computerconsultancy-activiteiten en aanverwante activiteiten	11			
63	Dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatie	1			
64	Financiële dienstverlening, exclusief verzekeringen en pensioenfondsen	0	K	Financiële activiteiten en verzekeringen	0
65	Verzekeringen, herverzekeringen en pensioenfondsen, exclusief verplichte sociale verzekeringen	0			
66	Ondersteunende activiteiten voor verzekeringen en pensioenfondsen	0			
68	Exploitatie van en handel in onroerend goed	2	L	Exploitatie van en handel in onroerend goed	2
69	Rechtskundige en boekhoudkundige dienstverlening	1	M	Vrije beroepen en wetenschappelijke en technische activiteiten	23
70	Activiteiten van hoofdkantoren; adviesbureaus op het gebied van bedrijfsbeheer	3			
71	Architecten en ingenieurs; technische testen en toetsen	10			
72	Speur- en ontwikkelingswerk op wetenschappelijk gebied	1			
73	Reclamewezen en marktonderzoek	7			

Afdeling	Naam afdeling	Aantal bedrijven	Sectie	Naam sectie	Aantal bedrijven
74	Overige gespecialiseerde wetenschappelijke en technische activiteiten	1	M	Vrije beroepen en wetenschappelijke en technische activiteiten (vervolg)	23
75	Veterinaire diensten	0			
77	Verhuur en lease	7	N	Administratieve en ondersteunende diensten	30
78	Terbeschikkingstelling van personeel	5			
79	Reisbureaus, reisorganisatoren, reserveringsbureaus en aanverwante activiteiten	2			
80	Beveiligings- en opsporingsdiensten	0			
81	Diensten in verband met gebouwen; landschapsverzorging	11			
82	Administratieve en ondersteunende activiteiten ten behoeve van kantoren en overige zakelijke activiteiten	5			
84	Openbaar bestuur en defensie; verplichte sociale verzekeringen	0	O	Openbaar bestuur en defensie; verplichte sociale verzekeringen	0
85	Onderwijs	0	P	Onderwijs	0
86	Menselijke gezondheidszorg	3	Q	Menselijke gezondheidszorg en maatschappelijke dienstverlening	5
87	Maatschappelijke dienstverlening met huisvesting	0			
88	Maatschappelijke dienstverlening zonder huisvesting	2			

Afdeling	Naam afdeling	Aantal bedrijven	Sectie	Naam sectie	Aantal bedrijven
90	Creatieve activiteiten, kunst en amusement	0	R	Kunst, amusement en recreatie	2
91	Bibliotheken, archieven, musea en overige culturele activiteiten	1			
92	Loterijen en kansspelen	0			
93	Sport, ontspanning en recreatie	1			
94	Verenigingen	0	S	Overige diensten	5
95	Reparatie van computers en consumentenartikelen	0			
96	Overige persoonlijke diensten	5			
97	Huishoudens als werkgever van huishoudelijk personeel	0	T	Huishoudens als werkgever; niet-gedifferentieerde productie van goederen en diensten door huishoudens voor eigen gebruik	0
98	Niet-gedifferentieerde productie van goederen en diensten door particuliere huishoudens voor eigen gebruik	0			
99	Extraterritoriale organisaties en lichamen	0	U	Extraterritoriale organisaties en lichamen	0

Bijlage 3: Overzicht industrieespecialisten per sector

Sector	Grootste marktaandeel	Sector	Grootste marktaandeel
10	KPMG	43	Deloitte
11	Ernst & Young	45	PricewaterhouseCoopers
12	PricewaterhouseCoopers	46	PricewaterhouseCoopers
13	PricewaterhouseCoopers	47	KPMG
14	PricewaterhouseCoopers	49	PricewaterhouseCoopers
16	KPMG	50	KPMG
17	PricewaterhouseCoopers	52	KPMG
18	KPMG	53	PricewaterhouseCoopers
20	PricewaterhouseCoopers	58	Deloitte
21	PricewaterhouseCoopers	59	PricewaterhouseCoopers
22	PricewaterhouseCoopers	60	PricewaterhouseCoopers
23	Ernst & Young	61	KPMG
24	Deloitte	62	PricewaterhouseCoopers
25	Deloitte	63	PricewaterhouseCoopers
26	Ernst & Young	69	KPMG
27	Ernst & Young	70	Deloitte
28	PricewaterhouseCoopers	71	Deloitte
29	PricewaterhouseCoopers	72	PricewaterhouseCoopers
30	Ernst & Young	73	Deloitte
31	BDO	74	KPMG
32	KPMG	77	KPMG
33	Ernst & Young	78	Deloitte
37	Ernst & Young	79	PricewaterhouseCoopers
38	Ernst & Young	81	PricewaterhouseCoopers
41	Ernst & Young	82	PricewaterhouseCoopers
42	Deloitte		

Auteursrechtelijke overeenkomst

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling:
De invloed van de perceptie van de CEO over auditing op de auditkwaliteit

Richting: **master in de toegepaste economische wetenschappen-accountancy en financiering**

Jaar: **2016**

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Voor akkoord,

Vandael, Anne

Datum: **19/05/2016**